	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>i(97)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>TANIA LORENA GUTIÉRREZ QUINTERO</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>ELVIS FERNANDO RIÓS PACHECO</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA CULTURA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA CLÍNICA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</b>

### RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PROPÓSITO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CLÍNICA Y DROGUERÍA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA, FUE ORIENTAR A LA EMPRESA CON ACTIVIDADES QUE AYUDARON A MEJORAR EL CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIÓN, PARA QUE QUEDARAN INMERSAS COMO UNA TAREA DIARIA DENTRO DE LA INSTITUCIÓN, QUE PERMITAN FORTALECER EL FLUJO DE INFORMACIÓN Y LOS PROCESOS COMUNICATIVOS DENTRO DE ESTA, ASIMISMO CREAR UN AMBIENTE LABORAL SATISFACTORIO PARA LOS COLABORADORES DE LA CLÍNICA.

### CARACTERÍSTICAS

<b>PÁGINAS: 72</b>	<b>PLANOS:0</b>	<b>ILUSTRACIONES:0</b>	<b>CD-ROM:1</b>
--------------------	-----------------	------------------------	-----------------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA  
FORTALECER LA CULTURA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA CLÍNICA  
NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

Autor:

TANIA LORENA GUTIÉRREZ QUINTERO

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías, presentado como requisito para obtener el

Título de Comunicadora Social

Director

ELVIS FERNANDO RÍOS PACHECO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Agosto de 2016

## Índice

	pág.
<b>Capítulo 1: Diseño e Implementación de una Estrategia de Comunicación Para Fortalecer la Cultura y el clima Organizacional en la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma en Ocaña, Norte de Santander.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Descripción breve de la Empresa.....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Misión.....	1
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia a la que fue asignado.....	3
1.2 Diagnóstico Inicial de la Dependencia Asignada.....	3
1.2.1 Planteamiento del problema.....	4
1.3 Objetivos de la Pasantía.....	5
1.3.1 General.....	5
1.3.2 Específicos.....	5
1.4 Descripción de las Actividades a Desarrollar en la Misma.....	6
1.5 Cronograma de actividades.....	8
<b>Capítulo 2: Enfoques referenciales.....</b>	<b>9</b>
2.1 Enfoque conceptual .....	9
2.2 Enfoque Legal.....	16
<b>Capítulo 3: Informe de Cumplimiento de Trabajo.....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Presentación de Resultados.....</b>	<b>20</b>
3.1.1 Objetivo 1: Determinar el estado de la cultura y el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.....	20
3.1.2 Objetivo 2: Realizar actividades de comunicación que fortalezca el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.....	41
3.1.3 Objetivo 3: Socializar los resultados de la estrategia de comunicación ante el comité de calidad de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.....	64
<b>Capítulo 4: Diagnostico Final.....</b>	<b>68</b>
<b>Capítulo 5: Conclusiones.....</b>	<b>69</b>
<b>Capítulo 6: Recomendaciones.....</b>	<b>71</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>72</b>

**LISTA DE APÉNDICES**

Apéndice A. Formato de encuesta.....	75
Apéndice B. Fechas especiales.....	76
Apéndice C. Reconocimiento laboral.....	77
Apéndice D. Evidencias del video motivacional.....	78
Apéndice E. Evidencia de las capacitaciones realizadas .....	81
Apéndice F. Evidencia de vídeo creado para los empleados de la estructura organizacional.....	84
Apéndice G. Campaña de sentido de pertenencia.....	85
Apéndice H. Diseño de PQRS y apertura del buzón de sugerencias.....	86
Apéndice I. Socialización de los resultados de la pasantía .....	87

**LISTA DE TABLAS**

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Actividades a desarrollar.....	6
Tabla 2. Matriz FODA.....	21
Tabla 3. Guión técnico colaboradores de la Clínica Torcoroma.....	47
Tabla 4. Guión técnico jefes de la Clínica Torcoroma .....	57
Tabla 5. Capacitaciones realizadas.....	61
Tabla 6. Evaluación de las actividades.....	65

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Organigrama de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma.....	3
Figura 2. Cronograma de actividades .....	8
Figura 3. ¿Cuándo entró a trabajar recibió inducción?.....	23
Figura 4. ¿Usted conoce la misión y visión de la empresa?.....	24
Figura 5. Señale dos de los valores corporativos con los que más se sienta identificado.....	25
Figura 6. ¿Cómo describe las funciones que realiza en su trabajo.....	26
Figura 7. ¿Cómo define el ambiente laboral de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma? .....	27
Figura 8. ¿Cómo considera la relación de trabajo y comunicación entre el personal de la empresa?.....	28
Figura 9. ¿Existe una buena comunicación con sus jefes?.....	29
Figura 10. ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros?.....	30
Figura 11. Califique de 1 a 5 su grado de satisfacción en su trabajo (siendo 1 la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta).....	31
Figura 12. ¿Le gustaría recibir capacitaciones en temas relacionados a su actividad laboral?.....	32
Figura 13. ¿Participa activamente en los eventos especiales como fecha de cumpleaños, días especiales y eventos de la empresa?.....	33
Figura 14. Mencione los motivos por los cuales participa en las actividades de la clínica.....	34
Figura 15. Mencione los motivos por los cuales no participa en las actividades de la Clínica.....	35
Figura 16. ¿Estaría dispuesto a participar de manera voluntaria en las actividades que se realicen en la empresa?.....	36
Figura 17. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros?.....	37
Figura 18. ¿Cree usted que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma contribuye en el fortalecimiento de las relaciones de los integrantes de la empresa?.....	38
Figura 19. ¿Cree necesario implementar nuevos medios de comunicación interna en la empresa?.....	39
Figura 20. Tipos de medios de comunicación interna para la empresa .....	40
Figura 21. Cronograma de fechas especiales.....	43
Figura 22. Proceso para el reconocimiento laboral.....	45
Figura 23. Formato para llevar control de los empleados entrevistados y los más votados.....	45
Figura 24. Formato para seleccionar a los empleados más votados.....	46
Figura 25. Diseño reconocimiento laboral.....	46
Figura 26. Diseño del adhesivo y mensaje motivacional.....	63

## Resumen

El propósito de la estrategia de comunicación para la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma, fue orientar a la empresa con actividades que ayudaron a mejorar el clima y cultura organización, para que quedaran inmersas como una tarea diaria dentro de la institución, que permitan fortalecer el flujo de información y los procesos comunicativos dentro de esta, asimismo crear un ambiente laboral satisfactorio para los colaboradores de la clínica.

Se realizó un diagnóstico por medio de la observación de campo, para conocer el grado de satisfacción de los colaboradores de la clínica. Para conocer el agrado de asimilación de los colaboradores, se aplicó una encuesta de clima y cultura organizacional, haciendo el análisis respectivo de cada una de las preguntas y así diseñar y ejecutar estrategias que fortalezca la percepción del empleado hacia la empresa.

Posteriormente se elaboró un cronograma de las fechas especiales, con el fin de fortalecer el ambiente laboral, lazos de amistad y el compañerismo. Asimismo se crea un diseño para dar reconocimientos a los empleados que más se destacaron y se implementa en la institución.

Para aumentar el sentido de pertenencia por la institución, se crearon videos con empleados y se brindaron capacitaciones en temas como *Ética Profesional, No al Chisme* y *Sentido de Pertenencia por la Institución*, que ayudaron a mejorar las relaciones en la clínica.

## **Introducción**

Una manera efectiva para que una empresa sea productiva, es implementar estrategias de comunicación que ayuden al fortalecimiento del clima y cultura organización, pues el núcleo de una institución son los trabajadores. El excelente desempeño de los colaboradores se debe al grado de satisfacción que se le impregne ya sea negativo o positivo.

En toda organización el clima laboral es tan importante como tener energía para que una máquina funcione; si no se estimula al empleado, se debe olvidar que habrá un mejor desempeño, pues ellos son la primera cara que ve un usuario al entrar a la empresa.

El presente trabajo se realizó con el fin que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma tuviera como entre sus funciones el estímulo por sus empleados, realizando una serie de estrategias comunicativas en las que estuvieron inmersa las fechas especiales, los reconocimientos laborales, capacitaciones y videos, que ayudaron al fortalecimiento del ambiente laboral.



# **Capítulo 1: Diseño e Implementación de una Estrategia de Comunicación Para Fortalecer la Cultura y el clima Organizacional en la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma en Ocaña, Norte de Santander.**

## **1.1 Descripción breve de la Empresa:**

En 1986 un grupo de profesionales jóvenes de médicos y bacterióloga ante la necesidad de la comunidad de no contar con la accesibilidad y oportunidad para la atención en salud, conformaron un equipo de salud, organizaron un centro de atención de consulta externa, urgencias y laboratorio de primer nivel de atención en la carrera 14 No. 11 – 81 (Clínica Nuestra Señora de Torcoroma).

Es así como a partir de 1992 la CNST presta servicios de salud de segundo nivel de atención a EPS, IPS, otras instituciones de salud y particulares cumpliendo con los requisitos exigidos por la normatividad para la prestación de los servicios ofertados, además ofrece los servicios de consulta externa, urgencias, hospitalización, ginecobstetricia, cirugía, laboratorio de mediana complejidad.

Su estructura se documenta en el seguimiento de los pasos de la ruta crítica para el desarrollo de la auditoria para el mejoramiento de la Calidad con base en la autoevaluación institucional de los estándares superiores a los de habilitación y concordantes con los de acreditación estableciendo los planes de mejoramiento para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios y con el propósito cercano de cumplir los estándares exigidos para la acreditación.

**1.1.1 Misión:** Prestar servicios de salud de baja y mediana complejidad mediante un modelo de atención centrado en la humanización de la práctica asistencial y en la seguridad del paciente y

su familia.

**1.1.2 Visión:** Ser la primera institución acreditada en el departamento Norte de Santander y reconocida por los proveedores de servicios y la comunidad, como la IPS que garantiza y satisface con valor agregado las expectativas y necesidades de los usuarios, con los altos estándares de calidad y competitividad en atención de salud.

**1.1.3 Objetivos de la empresa:**


**Satisfacción de Empleados:** Teniéndolos motivados a través de incentivos y capacitaciones

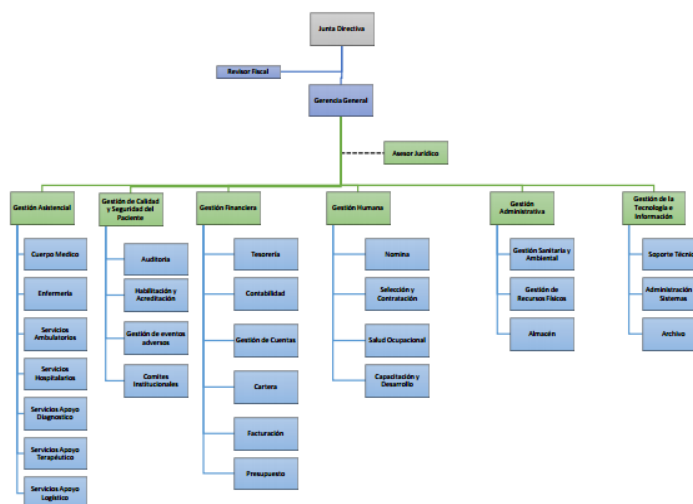
**Disminución Tiempo de Espera:** Optimizando servicios y mejorando procesos

**Fidelidad de Usuarios:** Disminuyendo quejas y reclamos generando satisfacción

**Rentabilidad:** Incrementado ingreso favoreciendo el retorno de inversión.

### 1.1.4 Descripción de la estructura organizacional:

	<b>CLÍNICA Y DROGUERÍA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.</b> NIT: 890.506.459 – 9 Carrera 14 # 11 – 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander <i>"Comprometidos con su salud y su seguridad"</i>		
	<b>PROCESO:</b> DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	<b>Código:</b> GPE-PD-01-DO-02	
<b>PROCEDIMIENTO:</b> PLANEACIÓN DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	<b>Versión:</b> 2014		
<b>DOCUMENTO:</b> ORGANIGRAMA	<b>Página:</b> 1 de 1		



**Figura 1. Organigrama de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma**

Fuente: Sistema de gestión documental de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma.

### 1.1.5 Descripción de la dependencia a la que fue asignado

En la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma, no existe un profesional de comunicación social que se encargue de cumplir acciones comunicativas que ayuden al fortalecimiento del clima y la cultura organizacional; por esto se realizarán una serie de actividades que ayudarán al cumplimiento y fortalecimiento de los procesos de comunicación para esta dependencia.

## 1.2 Diagnóstico Inicial de la Dependencia Asignada:

La clínica no cuenta con un área específica y determinada para manejar las comunicaciones

internas, por lo tanto se hace necesario la aplicación de estrategias comunicativas que permita un mejor clima y cultura organizacional dentro de la clínica Torcoroma lo que va mejorar todo los procesos que se desarrollaran dentro de la misma.

Debido a que no se encuentra estructurada la dependencia de comunicaciones, no es posible la realización del diagnóstico.

**1.2.1 Planteamiento del problema:** La comunicación en una empresa es intangible, compleja y heterogénea. El éxito de la comunicación consiste en gestionarla mediante un departamento o unidad de comunicación y/o de un responsable que lleve a cabo la integración de los factores y las técnicas que conlleva su aplicación, dotándola de los medios y recursos adecuados en toda la empresa.

El diseño de una estrategia de comunicación que permita un mejor flujo de información y relaciones interinstitucionales surge de la necesidad de satisfacer las expectativas de información de la clínica. Debido a que la comunicación es una herramienta directa que los colaboradores utilizaran para expresar sus necesidades y expectativas para el logro del mejoramiento continuo de los mismos.

Los colaboradores constituyen el elemento vital e impulsador de las organizaciones, ya que sin una buena motivación y un mejor clima y cultura organizacional la empresa estaría en una inestabilidad permanente; por ello desde pequeñas y medianas empresas hasta las más importantes corporaciones, el tratamiento efectivo al colaborador ha sido y es una de las herramientas principales para el mantenimiento del servicio y su clientela.

Sin embargo los aspectos fundamentales de la buena comunicación son: la información sobre

los distintos servicios, la forma de funcionamiento, los profesionales; la posibilidad de expresar su opinión sobre la atención recibida; las comodidades brindadas durante la permanencia en la clínica; el trato recibido por parte del personal administrativo, técnico y profesional.

El no tener un comunicador en la institución causa una desorganización, por lo que es necesario aumentar la productividad laboral de los colaboradores, por medio de estrategias comunicativas que fortalezcan el clima y cultura organizacional en la clínica y no una insatisfacción al trabajador.

### **1.3 Objetivos de la Pasantía:**

**1.3.1 General:** Diseñar e implementar una estrategia de comunicación para fortalecer la cultura y el clima organizacional en la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma en Ocaña, Norte de Santander.

#### **1.3.2 Específicos:**

Determinar el estado de la cultura y el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

Realizar actividades de comunicación que fortalezca el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

Socializar los resultados de la estrategia de comunicación ante el comité de calidad de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

## 1.4 Descripción de las Actividades a Desarrollar en la Misma

**Tabla 1.**

Objetivo General	Objetivo Específicos	Actividades
<p>Diseñar e implementar una estrategia de comunicación para fortalecer la cultura y el clima organizacional en la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma en Ocaña, Norte de Santander.</p>	<p>Determinar el estado de la cultura y el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.</p>	<p>Realizar un diagnóstico por medio de la observación de campo, para conocer el estado en que se encuentra el clima y cultura organizacional de la institución.</p>
	<p>Realizar actividades de comunicación que fortalezca el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.</p>	<p>Elaboración de una encuesta para determinar el clima y cultura organizacional para los colaboradores de la clínica.</p> <p>Tabulación y análisis de resultados de la encuesta del clima y cultura organizacional.</p> <p>Socialización de los resultados de la encuesta al comité de calidad</p> <p>Puesta en marcha de las actividades inmersas dentro de la estrategia de comunicación.</p> <p>Realizar un cronograma de actividades para la celebración de fechas especiales.</p> <p>Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento a las personas que se destaquen dentro y fuera de la institución.</p> <p>Crear videos institucionales para el fortalecimiento del clima y cultura organizacional.</p> <p>Realizar capacitaciones para el mejoramiento del clima y cultura organizacional.</p>

---

Realizar campaña para promover el sentido de pertenencia por la institución.

---

Capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

---

Socializar los resultados de la estrategia de comunicación ante el comité de calidad de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

---

Evaluación de las actividades realizadas.

Presentación de los estudios realizados a los comités de la clínica.

---

### **Actividades a desarrollar**

## 1.5 Cronograma de actividades

Actividades	Febrero		Marzo					Abril					Mayo					Junio		
	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M	S	M
Realizar un diagnóstico por medio de la observación de campo, para conocer el estado en que se encuentra el clima y cultura organizacional de la institución.	■	■																		
Elaboración de una encuesta para determinar el clima y cultura organizacional para los colaboradores de la clínica.			■	■																
Tabulación y análisis de resultados de la encuesta del clima y cultura organizacional.					■															
Socialización de los resultados de la encuesta al comité de calidad						■														
Puesta en marcha de las actividades inmersas dentro de la estrategia de comunicación.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar un cronograma de actividades para la celebración de fechas especiales.						■	■													
Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento a las personas que se destaquen dentro y fuera de la institución.						■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Crear videos institucionales para el fortalecimiento del clima y cultura organizacional.								■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar capacitaciones para el mejoramiento del clima y cultura organizacional.									■	■		■	■		■	■		■	■	
Realizar campaña para promover el sentido de pertenencia por la institución.										■		■		■		■		■		
Capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.										■		■		■		■		■		
Evaluación de las actividades realizadas.																	■			
Presentación de los estudios realizados a los comités de la clínica.																		■	■	

**Figura 2. Cronograma de actividades**



## Capítulo 2: Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

**Clima organizacional.** Así como las personas tienen sus propias características que las diferencian de las demás, igualmente las organizaciones tienen sus propias características que las diferencian de las otras. Por lo que el clima organizacional en el nivel de la organización representa un aspecto relevante en la relación entre personas y organizaciones. Todas las organizaciones tienen recursos humanos que gerencian y ejecutan las acciones administrativas y operativas para el logro de los objetivos organizacionales, por lo que las mismas presentan una conducta que orienta y dirigen su acción, las personas que laboran en esas organizaciones, asumen una conducta que son de vital importancia para conocer el comportamiento organizacional.

El Clima Organizacional está estrechamente relacionado con la motivación de los miembros de la organización, se puede definir como la estructura psicológica de las organizaciones, por lo que se está ligado a la personalidad o carácter del ambiente de la organización. El clima de cualquier organización puede ser cambiante debido a las distintas situaciones que se presenta en la misma., si la motivación de los miembros es elevada el clima organizacional tiende a ser alto y proporciona relaciones de satisfacción, animación, interés y colaboración entre los participantes, cuando la motivación del personal es baja, por temores, frustración o por barreras a la satisfacción de las necesidades individuales el clima organizacional tiende a bajar.

Es por eso que el concepto de clima organizacional refleja la influencia del ambiente en la motivación de los participantes, describiendo como la cualidad o propiedad del ambiente organizacional percibida o experimentada por los miembros de la organización que influye en su

comportamiento, en el estado de motivación de las personas, donde al afectarse la conducta, la estructura o los procesos el clima de la organización puede recibir una influencia positiva o negativa, presentándole una retroalimentación recíproca entre el estado de motivación de las personas y el clima organizacional (Perozo de Jimenez, 2003).

**Funciones de la Comunicación Organizacional.** Las principales funciones de la Comunicación Organizacional:

Regularizar y canalizar el plan de direccionamiento estratégico para conseguir las metas propuestas, encaminándolo correctamente por el tipo de cultura organizacional que se tenga.

Evaluar y ponderar los elementos que influyen directamente en los distintos procesos de comunicación.

Intervenir en el mejoramiento del clima organizacional, a través de la creación y desarrollo de estrategias organizacionales que ayuden a afrontar el cambio y reestablecerse tras un escenario de crisis.

Dar claridad en los pasos que se deben seguir para el desarrollo de roles y tareas establecidos por la entidad.

Propiciar espacios formales e informales de interacción que vinculen a todos los sujetos que componen la organización, que ayuden a establecer y mantener entre los miembros relaciones interpersonales cordiales.

La comunicación organizacional tiene que ser un agente que respalde la motivación en la empresa (Pinzón de Castro & Rubiano, 2008).

**Cultura organizacional.** “En toda organización, el trabajo debe implicar un alto grado de compromiso y ofrecer grandes satisfacciones. Debe ser reflejo de una vida agradable...”. La vida agradable y el grado de compromiso a la que se hace referencia en la cita, solo puede ser logrado a través de una efectiva proyección cultural de la organización hacia sus empleados y, por ende, determinará el clima organizacional en el que se logrará la misión de la institución.

De la comparación y análisis de las diferentes definiciones presentadas por los diversos autores, se puede concluir que todos conciben la cultura como todo aquello que identifica a una organización y la diferencia de otra haciendo que sus miembros se sientan parte de ella ya que profesan los mismos valores, creencias, reglas, procedimientos, normas, lenguajes, es decir, la cultura organizacional es un sistema de valores y creencias compartidos; la gente, la estructura organizacional, los procesos de toma de decisiones y los sistemas de control interactúan para producir normas de comportamiento.

Tryce y Beyer (xxxx) consideran que la cultura humana emerge a partir de los esfuerzos desplegados por sus miembros para afrontar incertidumbres y ambigüedades de todo tipo, proporcionándoles individual y colectivamente conjuntos más o menos articulados de ideas que les permitan responder a sus experiencias. Según estos autores, estas respuestas se engloban en dos grandes categorías. La primera de ellas es relativa a la sustancia de la cultura, es decir, los sistemas de creencias compartidas e interrelacionadas que cuentan con una fuerte carga emocional y que pueden denominarse ideologías, la segunda se refiere a las formas culturales o las entidades observables, a través de las cuales los miembros de una cultura, expresan, afirman y se comunican mutuamente la sustancia de su cultura. A su vez, la cultura ejerce una serie de consecuencias sobre los miembros que la comparten.

La cultura organizacional, aunque se parece mucho al clima, se considera un tema que se comparte dentro de la organización, son esas normas invisibles que mueven a los individuos y su conjunto.

El éxito de las instituciones se basa en los objetivos estratégicos que ella se traza y que normalmente se encuentran mencionadas en el Plan Operativo; además se hace necesaria la presencia de una cultura organizacional que abarque los valores de organización, su clima organizacional y su estilo de gerencia. Los factores citados constituyen, según Armstrong, "... los cimientos para levantar los diversos métodos para alcanzar la excelencia". (Delgado, 2009, p.x)

**Satisfacción laboral.** Davis & Newstrom (1999) definen a la satisfacción laboral como "el conjunto de sentimientos y emociones favorables o desfavorables con el cual los empleados consideran su trabajo. (p.276). Acerca de la satisfacción e insatisfacción Palafox (1995) hace el siguiente comentario:

"Para los empresarios es muy claro que esperan de los empleados máxima productividad en sus trabajos o tareas. Pero no tiene tanta claridad en lo que el personal espera de su empresa, esto es, máxima satisfacción en su trabajo. El trabajador a su vez responde a la desatención y manipulación de la empresa con la conocida frase "como hacen que me pagan, hago que trabajo". (Martínez, 2011, p.x)

**La comunicación.** Es un eje estratégico en las organizaciones, es un dispositivo capaz de disparar la productividad porque su campo de conocimiento se centra en el lenguaje, la cultura y las relaciones de las personas que son las capacidades necesarias para desarrollar procesos o administraciones de conocimiento de forma totalmente genuina.

Una organización que desliga de su proceso corporativo la comunicación, está desligada de una administración óptima. Deben generarse estrategias permanentes y adecuadas para que las personas y colaboradores compartan objetivos, generen prácticas para fortalecer la identidad organizacional y el desarrollo de relaciones pertinentes que motiven los trabajos en equipo y la incorporación del conocimiento que desarrollan las personas a partir de la experiencia y el conocimiento de la organización desde su puesto de trabajo.

Las compañías que están en permanente innovación han descubierto que la comunicación no es una herramienta de redacción o audiovisual para elaborar piezas comunicativas, sino que es la estrategia que unifica y centra las sinergias de la organización para que los objetivos sean realmente entendidos y compartidos, lo cual trasciende en oportunidades para generar mejores productos y servicios, es decir el hacer de la compañía se hace cada vez mejor (Quintero, 2009).

La comunicación también forma un procedimiento integrado por cinco elementos:

Emisor o fuente, es el individuo, cosa o proceso que emite un mensaje para otro u otros, es decir, para el destinatario, y es el origen de la comunicación.

Transmisor o codificador, es la unidad que articula la fuente al canal, es decir, que codifica el mensaje emitido por la fuente para que sea adecuado, entendible y disponible para el canal.

Canal, es el lugar del sistema que vincula la fuente con el destino, que físicamente pueden estar cerca o lejos.

Receptor o decodificador, es el módulo ubicado entre el canal y el destino, es decir, el que decodifica el mensaje para hacerlo claro y comprensible al destinatario.

Destino, es el individuo, cosa o procedimiento al que se envía el mensaje. Es el receptor de la comunicación (Sandoval, 2014).

**Concepto de Comunicación interna.** Una vez introducido la Comunicación a nivel general en el apartado anterior, pasamos a hablar del tema principal del presente trabajo, la comunicación organizacional o comunicación interna.

La definición clásica o conceptualmente más utilizada, es la que indica que la comunicación interna es la que va dirigida al cliente interno de la organización, es decir, a los equipos de trabajo.

Sin embargo, bajo esta definición y concepto, se puede entender y se entiende, la comunicación interna bajo diferentes prismas en las organizaciones.

Tanto a nivel teórico como, sobre todo, a nivel práctico, muchas organizaciones entienden la Comunicación interna bajo un marcado carácter informacional, ya que es una perspectiva en la que se busca informar al personal de las cosas o noticias que ocurren en la empresa. La definición, en este caso, se acercaría a describir que la Comunicación interna es contar a la Organización lo que la Organización está haciendo.

Esta concepción de la comunicación interna no intenta hacer partícipes a los miembros de la empresa, sino que únicamente tiene la intención de transmitirles informaciones. La comunicación o transmisión de la información, en estos casos, es claramente descendente, desde los puestos directivos hacia los puestos que se sitúan más abajo en la organización.

Este concepto de comunicación interna es el que ha dominado durante mucho tiempo, y la gestión propiamente dicha, de la comunicación interna en las empresas se ha dedicado a priorizar

los medios informativos (revista de empresa, tablón informativo...etc) por delante, de las cuestiones más personales.

Por otro lado, y bajo un prisma totalmente diferente, podemos entender o se entiende, la Comunicación interna como contar con la Organización para lo que la Organización está haciendo.

Esta idea implica un cambio radical sobre lo anterior, ya que la idea central es la participación, hacer partícipes a todos los miembros de la organización sobre lo que la organización hace.

La Comunicación Interna desde esta perspectiva, intenta involucrar a todos los miembros de la organización en la comunicación. El intercambio de información se realiza de forma ascendente, descendente, horizontal y se vuelve bidireccional.

La comunicación Interna implica reconocer la importancia de la comunicación directa y personal entre los miembros de la organización. A partir de esta idea, es fundamental la participación de los empleados en las iniciativas comunicativas y de relación.

La definición sobre el concepto de Comunicación Interna, que mejor puede abarcar esta idea, sería que la Comunicación Interna es el intercambio de información entre todos los niveles de la Organización (Moreno, 2015).

**Motivación.** La motivación está constituida por todos los factores capaces de provocar, mantener y dirigir la conducta hacia un objetivo; es decir, la motivación nos dirige para satisfacer la necesidad; es a la vez objetivo y acción. Sentirse motivado significa identificarse con el fin, en caso contrario, sentirse desmotivado representa la pérdida del interés y al significado del objetivo o lo que es lo mismo, la imposibilidad de conseguirlo. La motivación es el resultado de la

interacción del individuo con la situación. Señala Stoner que los gerentes e investigadores de la administración se han enfrentado al concepto de la motivación, ya que se tiene asimilada una idea general de lo que éste concepto abarca, pero cabe hacer hincapié en lo que piensan diversos autores con respecto a este fenómeno. "La motivación es, en síntesis, lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que decide, en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección se encauza la energía." "Los factores que ocasionan, canalizan y sustentan la conducta humana en un sentido particular y comprometido." "La motivación es un término genérico que se aplica a un amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares. "Decir que los administradores motivan a sus subordinados, es decir, que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera". (Martin, 2013, p.x)

## **2.2 Enfoque Legal**

### **Constitución política de Colombia 1991:**

Artículo 53. El Congreso expedirá el estatuto del trabajo. La ley correspondiente tendrá en cuenta por lo menos los siguientes principios mínimos fundamentales: Igualdad de oportunidades para los trabajadores; remuneración mínima vital y móvil, proporcional a la cantidad y calidad de trabajo; estabilidad en el empleo; irrenunciabilidad a los beneficios mínimos establecidos en normas laborales; facultades para transigir y conciliar sobre derechos inciertos y discutibles; situación más favorable al trabajador en caso de duda en la aplicación e interpretación de las fuentes formales de derecho; primacía de la realidad sobre formalidades establecidas por los sujetos de las relaciones laborales; garantía a la seguridad social, la capacitación, el



adiestramiento y el descanso necesario; protección especial a la mujer, a la maternidad y al trabajador menor de edad. El estado garantiza el derecho al pago oportuno y al reajuste periódico de las pensiones legales. Los convenios internacionales del trabajo debidamente ratificados, hacen parte de la legislación interna. La ley, los contratos, los acuerdos y convenios de trabajo, no pueden menoscabar la libertad, la dignidad humana ni los derechos de los trabajadores (Republica de Colombia, 1991).

Artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Toda persona tiene derecho a un trabajo en condiciones dignas y justas (Republica de Colombia , 1991).

Artículo 69. Las entidades deberán organizar programas de estímulos con el fin de motivar el desempeño eficaz y el compromiso de sus empleados. Los estímulos se implementarán a través de programas de bienestar social.

Artículo 75. De conformidad con el artículo 24 del Decreto-ley 1567 de 1998 y con el fin de mantener niveles adecuados de calidad de vida laboral, las entidades deberán efectuar los siguientes programas:

75.1. Medir el clima laboral, por lo menos cada dos años y definir, ejecutar y evaluar estrategias de intervención.

75.2. Evaluar la adaptación al cambio organizacional y adelantar acciones de preparación frente al cambio y de desvinculación laboral asistida o readaptación laboral cuando se den procesos de reforma organizacional.

75.3. Preparar al pre pensionado para el retiro del servicio.

75.4. Identificar la cultura organizacional y definir los procesos para la consolidación de la cultura deseada.

75.5. Fortalecer el trabajo en equipo.

75.6. Adelantar programas de incentivos.

Parágrafo. El Departamento Administrativo de la Función Pública desarrollará metodologías que faciliten la formulación de programas de bienestar social para los empleados y asesorará en su implantación (Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 2005).

#### **Ley 909 de 2004:**

Artículo 36. 1. La capacitación y formación de los empleados públicos está orientada al desarrollo de sus capacidades, destrezas, habilidades, valores y competencias fundamentales, con miras a propiciar su eficacia personal, grupal y organizacional, de manera que se posibilite el desarrollo profesional de los empleados y el mejoramiento en la prestación de los servicios.

2. Dentro de la política que establezca el Departamento Administrativo de la Función Pública, las unidades de personal formularán los planes y programas de capacitación para lograr esos objetivos, en concordancia con las normas establecidas y teniendo en cuenta los resultados de la evaluación del desempeño.

3. Los programas de capacitación y formación de las entidades públicas territoriales podrán ser diseñados, homologados y evaluados por la ESAP, de acuerdo con la solicitud que formule la respectiva institución. Si no existiera la posibilidad de que las entidades o la ESAP puedan

impartir la capacitación podrán realizarla entidades externas debidamente acreditadas por esta.

Parágrafo. Con el propósito de elevar los niveles de eficiencia, satisfacción y desarrollo de los empleados en el desempeño de su labor y de contribuir al cumplimiento efectivo de los resultados institucionales, las entidades deberán implementar programas de bienestar e incentivos, de acuerdo con las normas vigentes y las que desarrollen la presente Ley (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2004).

## Capítulo 3: Informe de Cumplimiento de Trabajo

### 3.1 Presentación de Resultados

#### 3.1.1 Objetivo 1. Determinar el estado de la cultura y el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

**Actividad 1:** Realizar un diagnóstico por medio de la observación de campo, para conocer el estado en que se encuentra el clima y cultura organizacional de la institución.

Una de las maneras más eficaces de conocer una empresa es por medio de la observación y como trabajo inicial, fue realizar un diagnóstico por medio de la observación de campo que permitió conocer el Feedback, el ambiente laboral, la comunicación interna y la cultura organización en el que se encuentran los empleados de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma.

Se inició en las diferentes áreas de la institución, la administrativa, recepción de urgencias, stock de urgencias, ginecología, recepción de cirugía, hospitalización, mediante la observación realizada se puede ejecutar la matriz FODA.

**Tabla 2:**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
Se cuenta con un grupo de profesionales aptos para desempeñar el cargo asignado. Personal dispuesto a colaborar con procesos comunicativos. Inicio de pautas publicitarias.	Nuevos contratos con EPS, IPS Aceptación por parte de la población. Capacidad de crecimiento en la prestación de servicios. Crecimiento continuo de la institución.
<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
Falta de un área de comunicaciones y un profesional que se encargue de ella. Falta de capacitaciones de clima y cultura organizacional. Falta de canales de comunicación. Falta de motivación hacia los empleados. Poco sentido de pertenecía por la institución.	Poca comunicación entre los empleados y los jefes. Rumores. Sarcasmos. Considerar la comunicación poco importante para la institución. Falta de presupuesto para realizar actividades que ayuden a mejorar la imagen de la institución.

**Matriz FODA**

La identificación de las fortalezas y oportunidades en el entorno, y de las amenazas debilidades de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma resulta necesario para la creación de estrategias comunicativas. En este contexto, la situación de la Clínica Torcoroma se puede definir como amenazas – debilidades, lo que corresponde a una estrategia máxima. Por lo que debe elaborar una estrategia expansiva, dirigida a otorgarle la posibilidad de construir y desarrollar una ventaja competitiva por medio del flujo de información, que ayude al crecimiento laboral de los trabajadores, del mismo modo contribuya a la mejorar la imagen de la empresa.

**Actividad 2:** Elaboración de una encuesta para determinar el clima y cultura organizacional para los colaboradores de la clínica.

Se escogió como herramienta óptima la encuesta como medio para la recolección de información; de esta manera conocer más afondo el clima y cultura organizacional de la institución; con datos específicos que ayudaron a determinar el estado de satisfacción de los empleados en la institución.

La encuesta es aplicada a los empleados de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma, mediante preguntas cerradas que permiten conocer de manera específica, eficaz datos concretos para un mejor análisis a sus respuestas.

**Actividad 3:** Tabulación y análisis de resultados de la encuesta del clima y cultura organizacional.

Ya realizadas las encuestas a los empleados de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma, se inicia con la tabulación y el análisis de cada una de las preguntas de la encuesta.

**Encuestas al cliente interno:**

**Fecha de aplicación:** 22 de marzo de 2016

**Objetivo:** Realizar un análisis del clima y cultura organización de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcorma.

**Población objeto:** Empleados de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcorma.

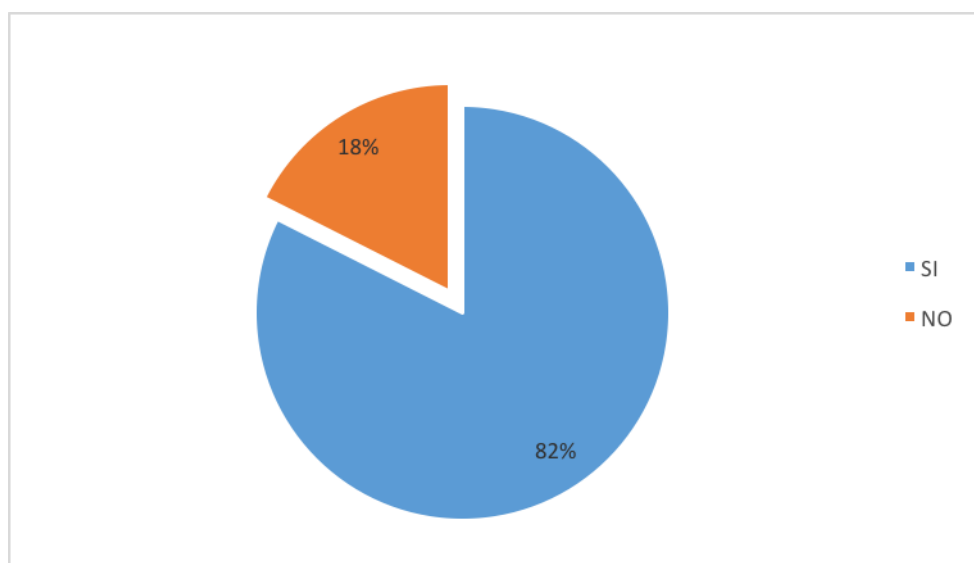
**Tamaño de la muestra:** La totalidad de la población objeto, 57 empleados de la CNST.

**Metodología:** Aplicación de preguntas cerradas generalmente dicotómicas, y algunas de estimación y/o jerarquización.

**Realizador:** Tania Lorena Gutiérrez Quintero, estudiante de Comunicación Social, UFPSO.

**Resultado de la aplicación de la encuesta:**

1. ¿Cuando entró a trabajar recibió inducción?

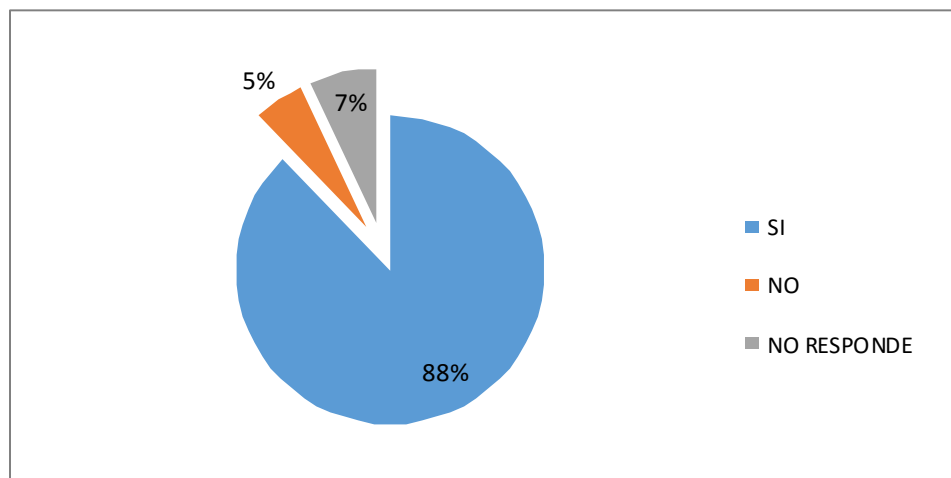


**Figura 3. ¿Cuando entró a trabajar recibió inducción?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior se mejoró con un 82%, los colaboradores de la institución afirman haber recibido inducción al ingresar a la institución, sin embargo existe un 18% que dicen no haber recibido inducción, lo cual es un aspecto a mejorar. En el área de talento humano se está trabajando para mejorar este requisito que es indispensable para todo colaborador que entre a la institución.

## 2. ¿Usted conoce la misión y visión de la empresa?



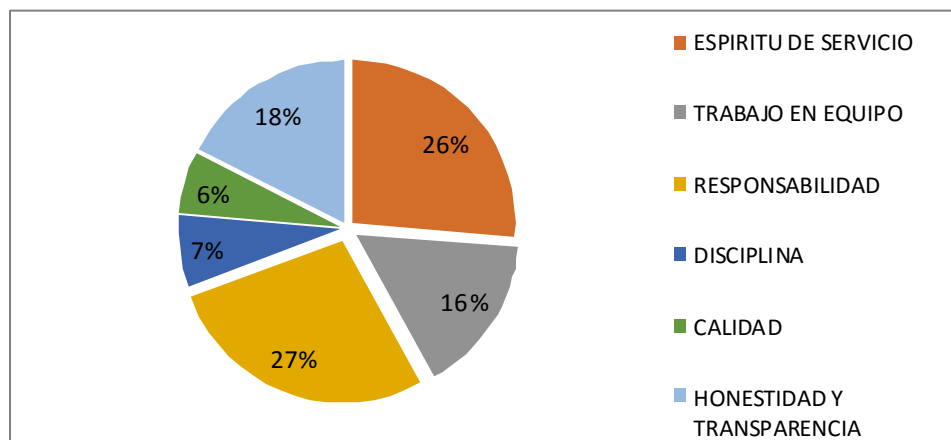
**Figura 4.** ¿Usted conoce la misión y visión de la empresa?

Fuente: Autor

**Análisis:** Los colaboradores de la institución afirman con un 88% conocer la misión y visión de la institución, pues comparado con la encuesta anterior demuestra que los colaboradores de la institución se han puesto en la tarea de conocerla, pero un 5% no la conoce, aunque no es un porcentaje alto, pero hay que mejorarlo y un 7% no responde, hace caso omiso a esta pregunta.



3. Señale dos de los valores corporativos con los que más se sienta identificado:

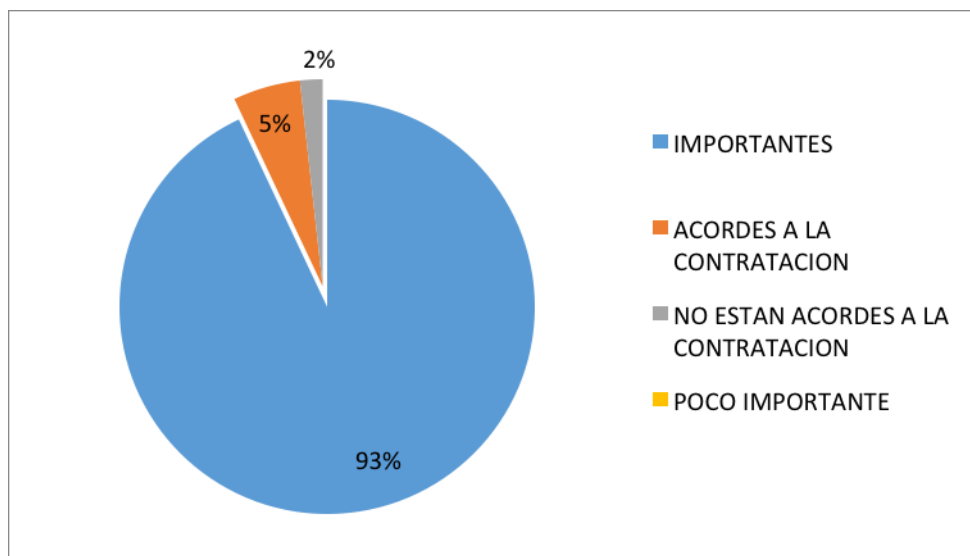


**Figura 5. Señale dos de los valores corporativos con los que más se sienta identificado**

Fuente: Autor

**Análisis:** Según las encuestas anteriores, el valor institucional con el que más se identificaban era responsabilidad, esta vez los colaboradores de la institución siguen escogiendo este valor como primer lugar con un 27%, en segundo lugar espíritu de servicio con un 26%, como tercer lugar honestidad y transparencia 18%, cuarto lugar trabajo en equipo 16%, calidad y disciplina quedan como último lugar con 7% y 6% respectivamente. Esto nos demuestra que los colaboradores de la institución poseen y aplican estos valores en sus labores diarias para mejorar el servicio que brindan a los usuarios de la clínica.

#### 4. ¿Cómo describe las funciones que realiza en su trabajo?

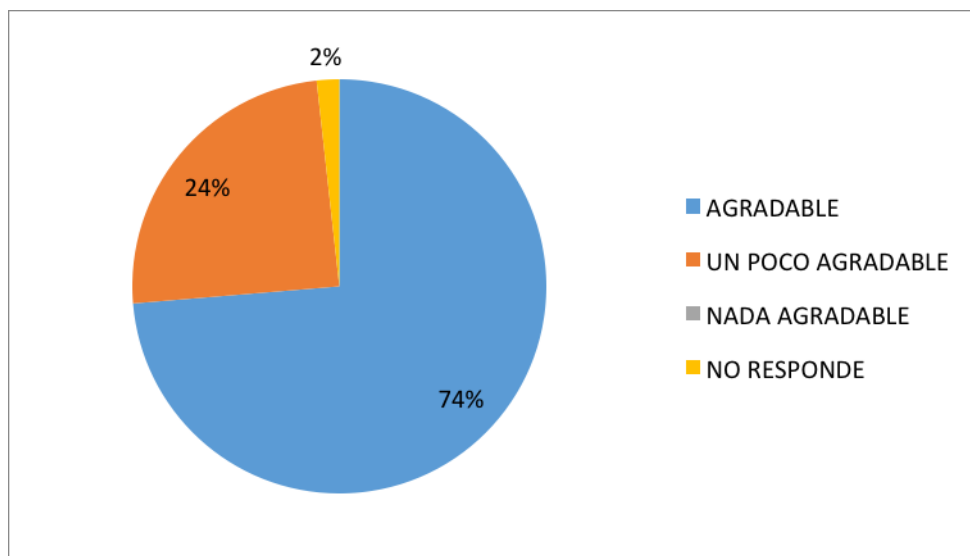


**Figura 6. ¿Cómo describe las funciones que realiza en su trabajo?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con las encuestas anteriores, los colaboradores de la institución siguen considerando las funciones de su labor en la clínica como importantes con un 93%, un 5% estima que sus funciones son acordes a la contratación y solo el 2% considera que sus labores no están acordes con la contratación. Interpretando así que los empleados en la mayoría se sienten cómodos y satisfechos realizando sus labores.

5. ¿Cómo define el ambiente laboral de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma?

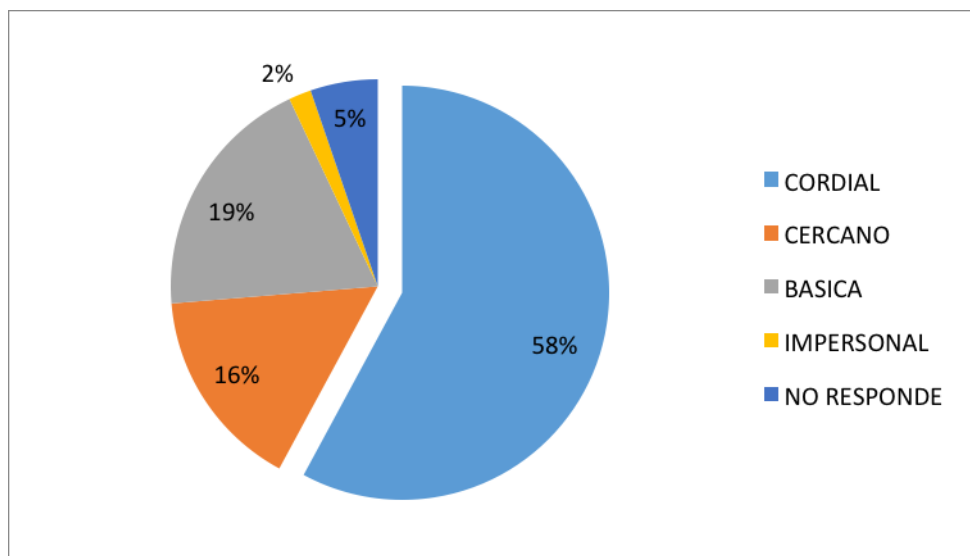


**Figura 7. ¿Cómo define el ambiente laboral de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior se pudo analizar, que mejoró el ambiente laboral, pues los colaboradores afirman con 74% es agradable, un 24% considera que es un poco agradable, sin embargo se deben realizar estrategias para mejorar este porcentaje y un 2% dice que es nada agradable. Con estos resultados podemos interpretar que dentro de la institución se vive un ambiente laboral agradable y que facilita la realización de las labores de cada uno de los miembros de la clínica.

6. ¿Cómo considera la relación de trabajo y comunicación entre el personal de la empresa?

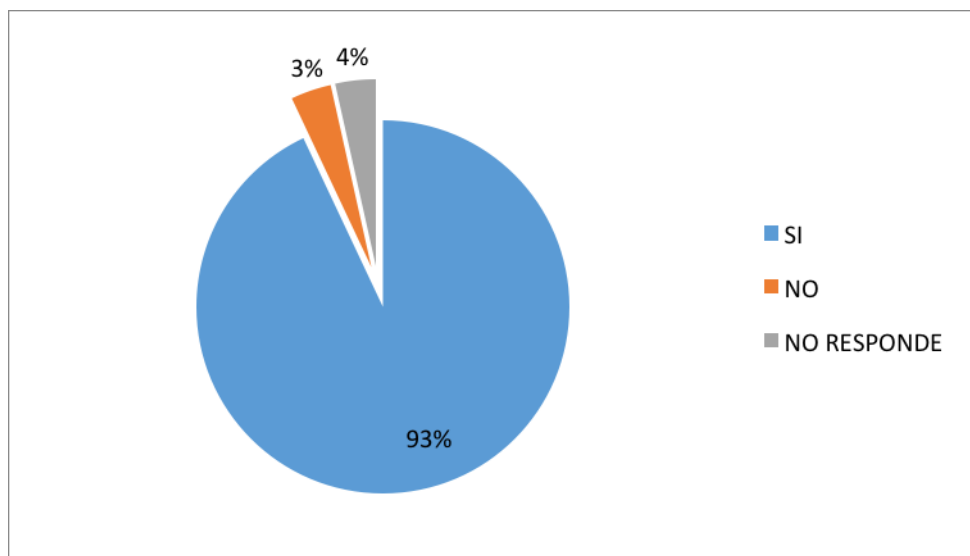


**Figura 8. ¿Cómo considera la relación de trabajo y comunicación entre el personal de la empresa?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Según con los resultados de la encuesta anterior mejoró el vínculo con 58%, lo que denota que la relación en el trabajo y comunicación es cordial, el 19% la considera básica, un 16% de los empleados afirman que la relación y comunicación es cercana y un 5% no responde, un 2% impersonal. Se considera que más de la mitad de los colaboradores de la clínica tienen una relación y comunicación amena.

7. ¿Existe una buena comunicación con sus jefes?

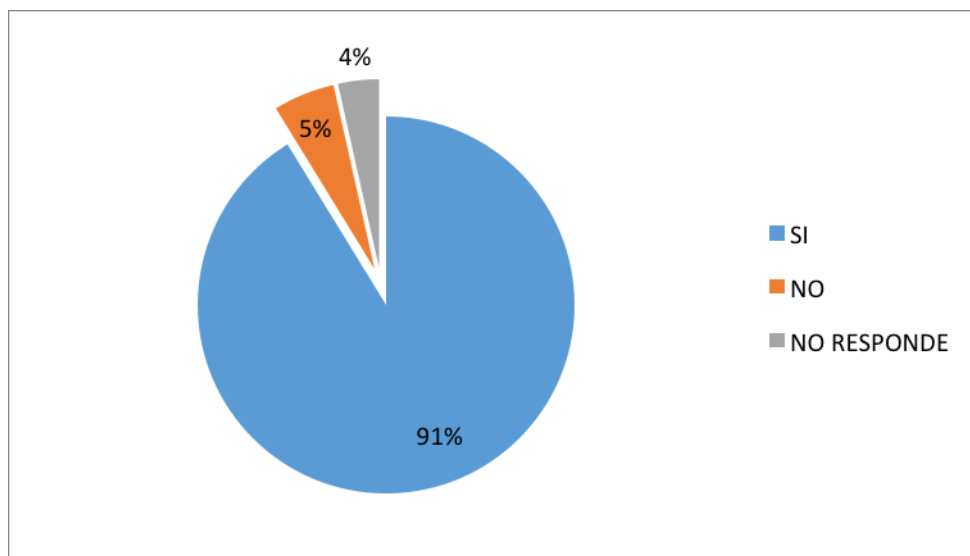


**Figura 9.** ¿Existe una buena comunicación con sus jefes?

Fuente: Autor

**Análisis:** Los resultados obtenidos en la encuesta, se puede evidenciar que los colaboradores de la institución afirman tener un excelente relación con sus jefes con un 93% la relación es bidireccional, el 3% responde con un no, sin embargo un 4% hace caso omiso a esta pregunta. Es satisfactorio este resultado, aunque hay que realizar capacitaciones y estrategias para mejorar este resultado, podemos decir que la relación entre superiores y empleados es excelente.

### 8. ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros?

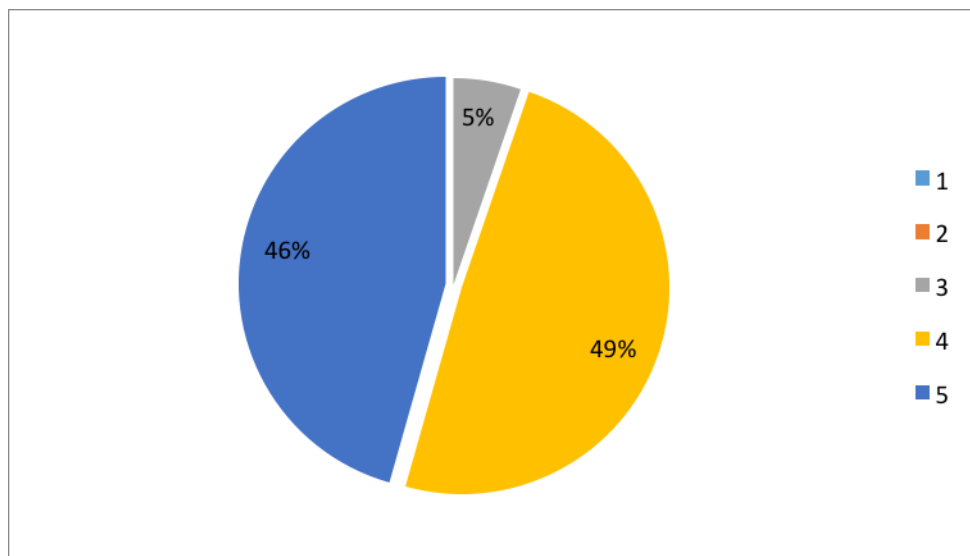


**Figura 10. ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Con un 91% de los colaboradores encuestados afirman que existe un excelente relación con su compañeros, siendo así un dato de gran relevancia para la clínica, pues si hay una buena relación entre el personal interno, el servicio que se va a brindar a los usuarios de la clínica va a ser mejor, sin embargo tenemos un 5% de los empleados que no responden a esta pregunta y un 4% que la omite.

9. Califíquese de 1 a 5 su grado de satisfacción en su trabajo (siendo 1 la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta)

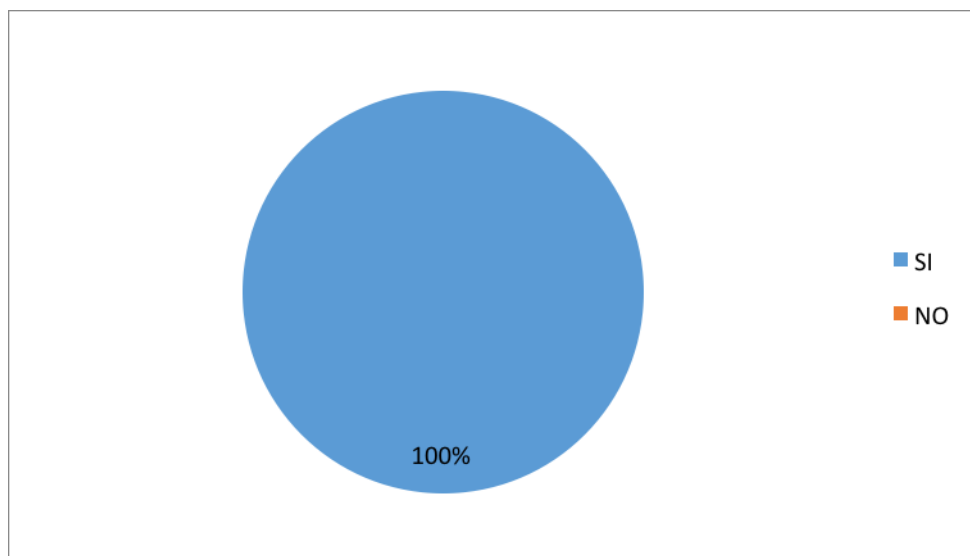


**Figura 11. Califíquese de 1 a 5 su grado de satisfacción en su trabajo (siendo 1 la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta)**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior, los colaboradores de la institución siguen calificando como 4 su grado de satisfacción con un 49% y un 46% califica como 5 su más alto grado de satisfacción, un 5% su grado de satisfacción 3. En general podemos determinar que los empleados de la institución trabajan satisfechos pues la mayoría escogen 4 y 5, lo que nos demuestra que se encuentran laboralmente satisfechos.

10. ¿Le gustaría recibir capacitaciones en temas relacionados a su actividad laboral?



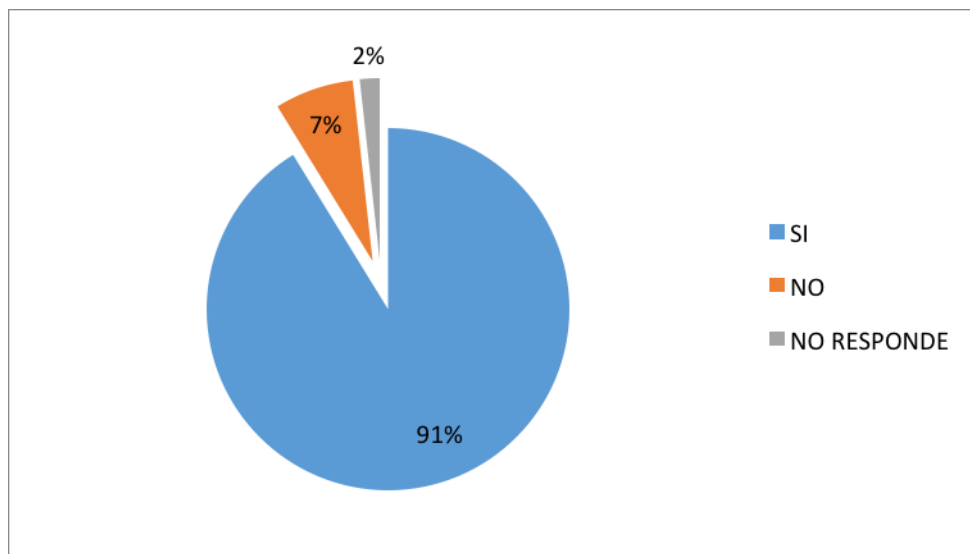
**Figura 12. ¿Le gustaría recibir capacitaciones en temas relacionados a su actividad laboral?**

Fuente: Autor

**Análisis:** El 100% de los colaboradores encuestados están de acuerdo en recibir capacitaciones en temas relacionados a su actividad laboral, es un resultado satisfactorio, pues es importante que todos los empleados estén recibiendo educación permanente para que realicen bien las funciones en su trabajo.



11. ¿Participa activamente en los eventos especiales como fecha de cumpleaños, días especiales y eventos de la empresa?

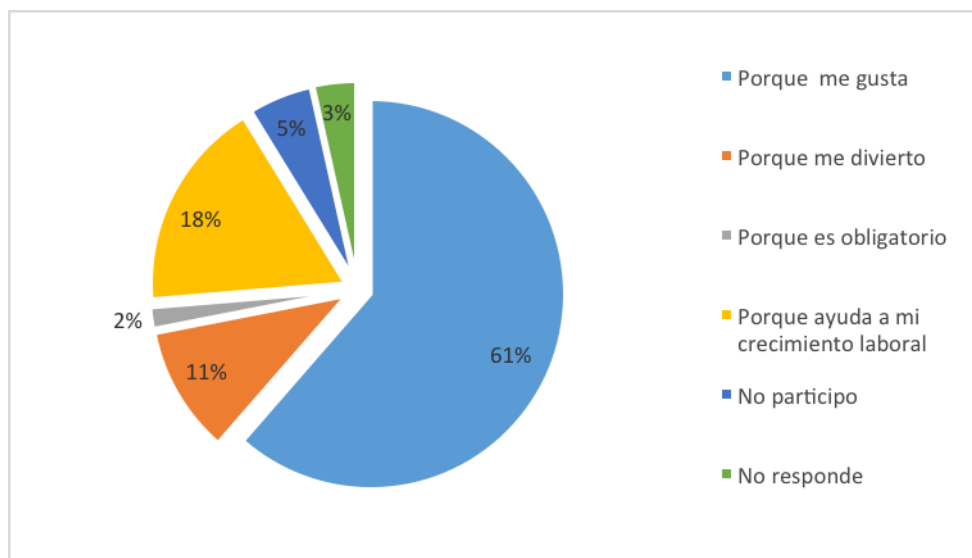


**Figura 13. ¿Participa activamente en los eventos especiales como fecha de cumpleaños, días especiales y eventos de la empresa?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Según los datos obtenidos los colaboradores de la institución afirman con un 91% participar activamente de los días especiales, comparado con la encuesta anterior aumento el grado de participación, esto ayudará a mejorar las relaciones interpersonales entre ellos, solo un 7% afirma no participar de los eventos y un 2% hace caso omiso a esta pregunta.

## 12. Mencione los motivos por los cuales participa en las actividades de la clínica

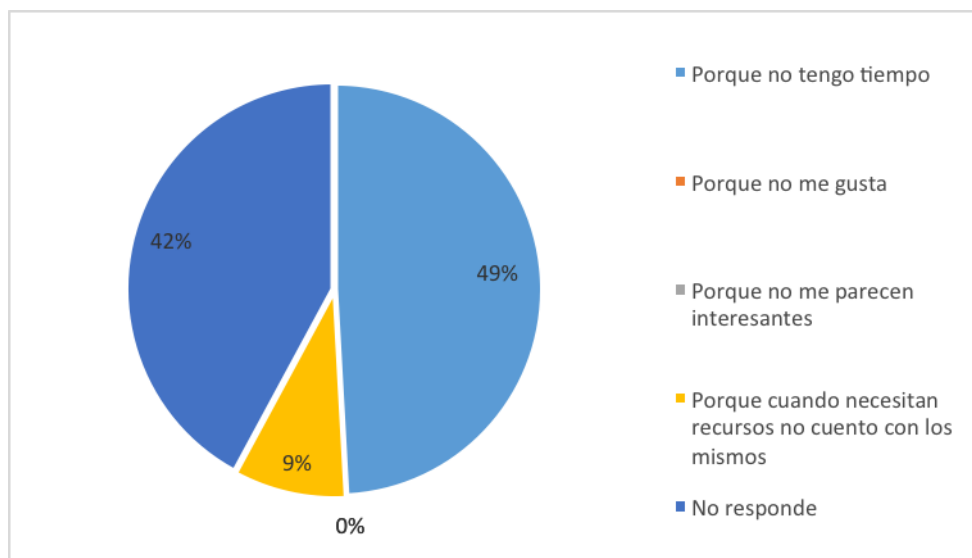


**Figura 14. Mencione los motivos por los cuales participa en las actividades de la clínica**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior los colaboradores de la institución les sigue gustando participar de las actividades de la institución, pues un 61% afirma participar porque les gusta, un 18% porque le ayuda a su crecimiento laboral, un 11% porque se divierte, un 5% no participa y unos omiten esta pregunta siendo un 3% y 2% asiste a la actividad porque es obligatorio. En la mayoría los encuestados participan activamente de las actividades que realiza la institución.

### 13. Mencione los motivos por los cuales no participa en las actividades de la Clínica

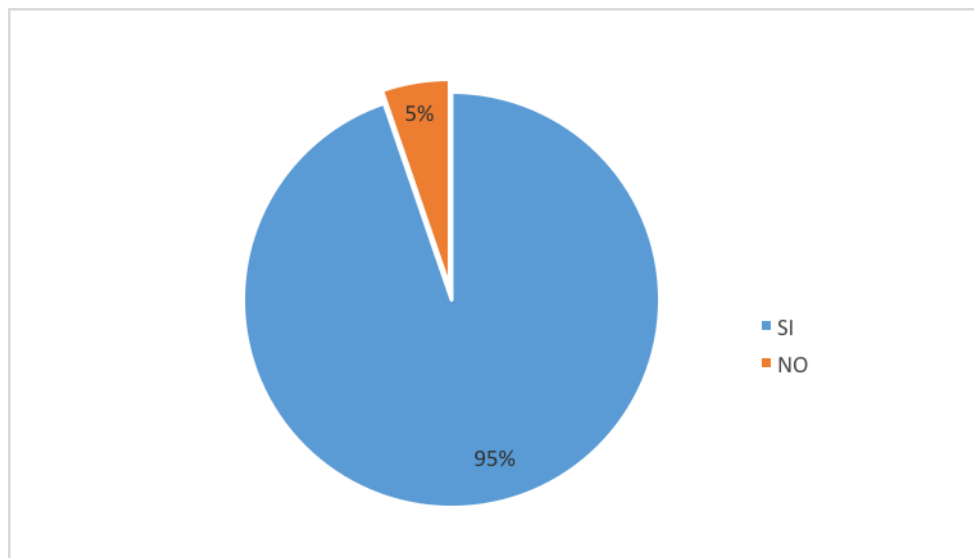


**Figura 15. Mencione los motivos por los cuales no participa en las actividades de la Clínica**

Fuente: Autor

**Análisis:** Los colaboradores de la institución afirman con un 49% no participan en las actividades es porque no tienen tiempo y un 42% no responde a esta pregunta, pues ocurre lo mismo que la encuesta anterior, algunos de los encuestados no entendieron bien la pregunta, un 9% afirma no participar de las actividades porque no cuentan con los recursos requeridos. El resultado mayor se entiende, debido a que se trabaja en una institución prestadora de servicio de salud, por lo tanto todos los empleados no van a estar siempre disponibles.

14. ¿Estaría dispuesto a participar de manera voluntaria en las actividades que se realicen en la empresa?

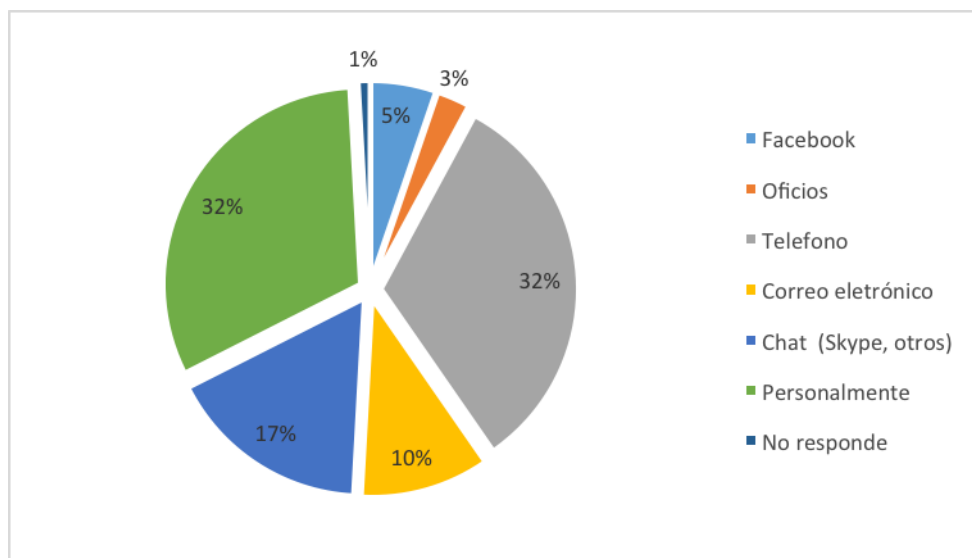


**Figura 16. ¿Estaría dispuesto a participar de manera voluntaria en las actividades que se realicen en la empresa?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior el porcentaje sigue siendo alto, con 95% afirman los colaboradores encuestados que voluntariamente asistirían a las actividades que realice la institución, un 5% no estaría dispuesto a participar. Se puede determinar que las actividades que realiza la Clínica para la mayoría de los colaboradores son de agrado, pero se realizarán estrategias que ayuden aquellos empleados que no les gusta participar a que se involucren y hagan parte de todas las actividades, esto ayudara a que cambie el ambiente laboral de la institución.

## 15. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros?

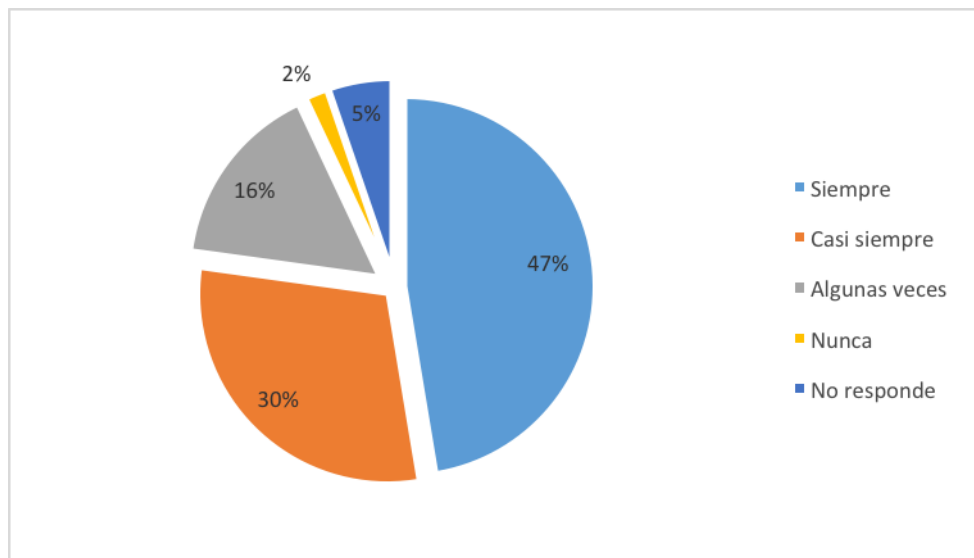


**Figura 17. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparado con la encuesta anterior los resultados se mantienen, los colaboradores de la institución siguen utilizando como medio para comunicarse con sus compañeros el telefono y personalmente con un 32%, esto es bueno porque la comunicación cercana permite un ambiente laboral mas agrdable para los empleados, un 17% utilizan chat, un 10% correo electronico, 5% no responde a esta pregunta, 3% utilizan los oficios y un 1% no responde a esta pregunta.

16. ¿Cree usted que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma contribuye en el fortalecimiento de las relaciones de la integrantes de la empresa?

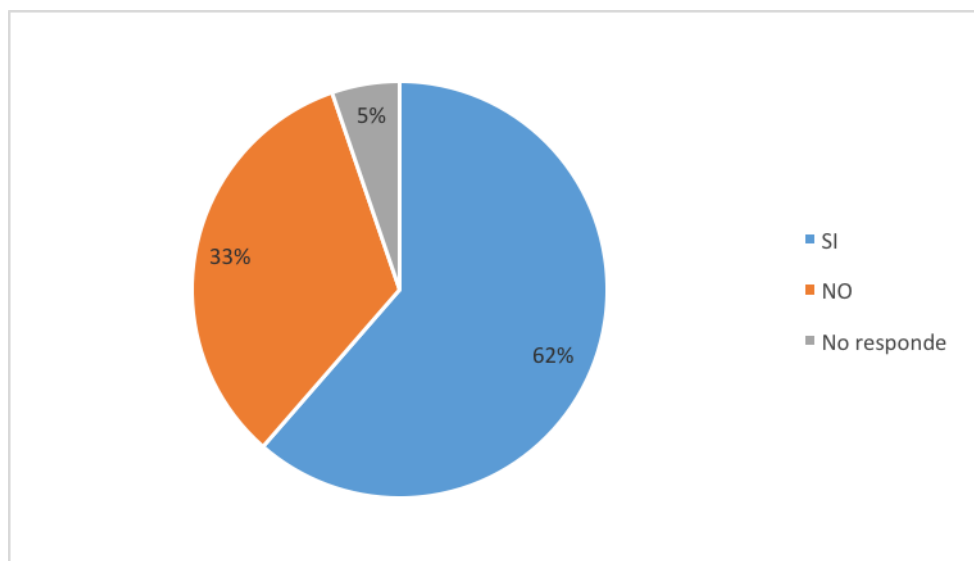


**Figura 18. ¿Cree usted que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma contribuye en el fortalecimiento de las relaciones de la integrantes de la empresa?**

Fuente: Autor

**Análisis:** Según los resultados obtenidos con la encuesta anterior aumento la creencia de que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma si contribuye al fortalecimiento de la relaciones de la institución con un 47%, el 30% dice que casi siempre, un 16% señala que algunas veces, un 5% no responde y el 2% dice que nunca, se debe trabajar en estos últimos porcentajes, con el fin de que los colaboradores de la institución afirme en su totalidad que la institución si contribuye al fortalecimiento de las relaciones de los integrante de la Clínica.

17. ¿Cree necesario implementar nuevos medios de comunicación interna en la empresa?

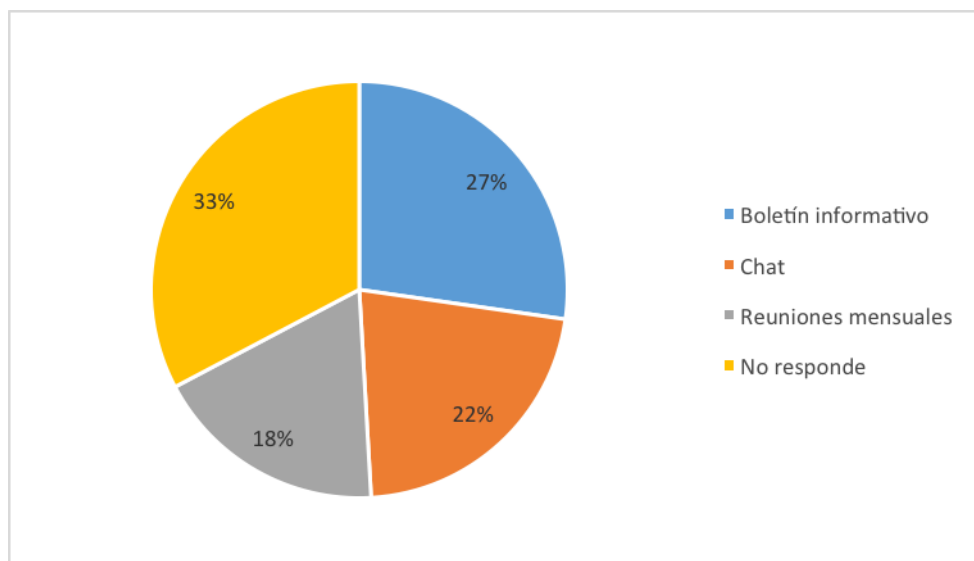


Fuente: Autor

**Figura 19. ¿Cree necesario implementar nuevos medios de comunicación interna en la empresa?**

**Análisis:** Según los encuestados afirman con el 62% que si es necesario implementar nuevos medios de comunicación en la institución, el 33% considera que no es importante crear nuevos medios de comunicación en la clínica, el 5% hace caso omiso a esa pregunta, este dato debe mejorar, los medios de comunicación nunca van hacer suficientes en una empresa, ya que estos ayudan a mejorar el flujo de información en la institución.

## 18. Tipos de medios de comunicación interna para la empresa



**Figura 20. Tipos de medios de comunicación interna para la empresa**

Fuente: Autor

**Análisis:** Comparando con la encuesta anterior estos resultados dieron un giro grande, pues el 33% de los colaboradores encuestados no respondieron a esta pregunta, lo que hace notar junto con la pregunta que conlleva a esta pregunta es que solo respondieron un sí o un no, más no citaron cual era ese medio que ellos querían que se implantará, el 27% afirman que el boletín informativo debe ser el nuevo medio de comunicación a implementar, un 27% considera que el chat y el 18% señalan las reuniones mensuales.



**Conclusiones:** El clima laboral es una variable clave en el desempeño de una organización, y aun y cuando no puede ser visto o tocado, el clima de una empresa se percibe, se vive y afecta todos los aspectos de la empresa.

Conforme los resultados presentados en el informe anterior se puede concluir que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma prestadora de servicios de salud, tiene las siguientes características positivas:

Al personal de la clínica tiene sentido de pertenencia con esta y tienen sentido de logro personal, lo cual es muy positivo para la institución y debe ser aprovechado para el logro de los objetivos generales.

La mayoría del personal está de acuerdo en que pueden atender varias responsabilidades a la vez, esta empresa posee colabores con Alta Actitud positiva, lo cual debe ser bien aprovechado.

El persona está dispuesto a recibir capacitaciones sobre temas relacionados a su actividad laboral, lo que permite percibir es que quieren seguir preparando y ampliar sus conocimientos, lo que conduce a una rentabilidad más alta y actitudes positivas, de asimismo convierte a la institución en un entorno de mejor calidad para trabajar y vivir en ella.

Unas de las recomendaciones para la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma, es brindarle inducción a todo colaborador que ingrese a la institución, este proceso es muy importante, además le ayudara a que conocer la institución y las funciones que debe realizar.

**3.1.2 Objetivo 2: Realizar actividades de comunicación que fortalezca el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.**

**Actividad 1:** Puesta en marcha las actividades inmersas dentro de la estrategia de comunicación.

Una vez desarrollado y aplicado el primer objetivo, permitió dar un horizonte a las estrategias a realizar en las actividades siguientes, ya que por medio de la observación de campo ayudo a detallar las falencias que se encontraban en las diferentes espacios en que se encontraban los empleados y la encuesta permitió de manera objetiva conocer a fondo las opiniones y conocimientos de los empleados de la clínica.

**Actividad 2:** Realizar un cronograma de actividades para la celebración de fechas especiales.

Unas de las mejores formas de mejorar el clima organización son las fechas especiales, pues ellas son motivo para cambiar el ambiente laboral y monotonía del trabajo.

En esta actividad se diseñó un cronograma de las fechas especiales que se celebraban durante el año, escogiendo las más importantes para la clínica, aquellas que conciernen al sector de salud, además se hizo una cartelera en forma de médico donde en cada nube tenía el mes y los días a celebrar, se ubicó en una parte visible en la clínica. Junto con esto también se celebraron los cumpleaños de los empleados de la clínica.

Para la celebración de estas fechas tan importantes, se recolecta dinero de todo el personal de la clínica, se compra un detalle junto con una torta, se celebra en el horario de la mañana pues es donde hay más personal en la institución.

Estas celebraciones ayudan a mejorar el clima y cultura organizacional de la institución, también a cambiar un poco ese ambiente tenso y de una u otra manera mejora las relaciones personales entre todos los miembros. Las fechas especiales en algunas ocasiones se celebran por

fuera de la clínica y los cumpleaños se celebran en la mayoría de veces en la oficina de Talento humano o sino en el 4 piso de la clínica, debido a que no hay un área para dichas celebraciones.

**Figura 21.**

<b>FECHAS ESPECIALES</b>			
<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>
1 - Día del Contador	7 - Día Mundial de la Salud	1 - Día Internacional del Trabajo	1 - Día Internacional del Niño
8 - Día Internacional de la Mujer	26 - Día de la Secretaria	12 - Día de las Madres	5 - Día del medio ambiente
	24 - Día del Niño	12 - Día de la Enfermera	19 - Día del Padre
	28 - Día del Bacteriólogo		22 - Día del Abogado
			28 - Día de la salud en el mundo del trabajo
<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>
28 - Día de la salud en el mundo del trabajo	11 - Día del Nutricionista	6 - Día del Fonoaudiólogo	3 - Día del Odontólogo
	17 - Día del Ingeniero	16 - Día del Amor y la Amistad	3 - Día del Archivista
		26 - Día de químico Farmacéutico	14 - Día del Tecnólogos
			22 - Día del Trabajador Social
			22 - Día del Instrumentador
			27 - Día del Mensajero
			31 - Fiesta de los Niños (disfraces)
			31 - Día del ahorro
	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>	
	1 - Día del Vigilante	1 - Día Panamericano de la Farmacia	
	4 - Día del administrador	3 - Día Panamericano del Médico	
	24 - Día del Psicólogo	5 - Día del Bombero	
		10 - Día del Sociólogo	
		16 - Día del Aguinaldo	
		25 - Navidad	
		28 - Día de los Inocentes	

### **Cronograma de fechas especiales**

**Actividad 3:** Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento a las personas que se destaquen dentro y fuera de la institución.

Es importante tener motivado a los empleados, ya que ellos son parte importante en la

institución además que ayuda a su crecimiento personal y laboral.

Es por esto que se diseña y se implementa actividades para exaltar o reconocer el desempeño laboral de los empleados que se han destacado diariamente o mensualmente en su área de trabajo y sus valores institucionales son intachables.

Por medio de entrevistas cortas con cada uno de los empleados, ellos expresaron quienes serían las personas que se destacaron en cada servicio y así escoger en los empleados del mes y hacer un reconocimiento en la reunión general, redes sociales y carteleras informativas.

Por medio de entrevistas cortas con cada uno de los empleados, en un lugar alejado y con lo el entrevistador y empleado, esto con el fin de que cada uno de ellos expresen quienes serían las personas que se destacaron en cada servicio y así escoger los empleados del mes y hacerles el reconocimiento en la reunión general, redes sociales y carteleras informativas.

Como primer paso se elabora un documento donde se puntualiza los pasos para realizar el reconocimiento laboral en el que se encuentran los pasos necesarios.

También se elabora un formato para poder tener un registro de las personas entrevistadas y a quien ellos escogieron para ganarse el reconocimiento laboral; se seleccionaron por servicios, quedando grupos de seis como: médico, jefe de enfermería, auxiliar de enfermería, regente o instrumentador, personal administrativo y servicio general.

Se diseña otro formato donde se registra el grupo y la persona más votada y así poder tener un orden y de este modo tener evidencias.

Todos estos documentos se realizan para poder evidenciar, por si en un momento algún empleado no está de acuerdo con el ganador del reconocimiento laboral. Solo así se podrá

mostrar estos formatos, antes no.

Y para finalizar se diseña un reconocimiento laboral único para la Clínica, este es elaborado en el programa CoreIDRAW X7. Cada vez que se realice el reconocimiento laboral se debe editar el nombre, la fecha de entrega y el cargo. El mensaje que se encuentra en el diseño del reconocimiento laboral no se cambia solo se modifican el mes y el cargo, ya que esa frase expresa por que el empleado se ha ganado el reconocimiento laboral.

Se hicieron 2 reconocimientos laborales en la pasantía, quedando todos satisfechos.

**Figura 22: Proceso para el reconocimiento laboral**



**Figura 23: Formato para llevar control de los empleados entrevistados y los más votados.**

CLÍNICA Y DROGUERIA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S. NIT: 890.506.459 - 9 Carrera 14 # 11 - 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander "Comprometidos con su salud y su seguridad"	
ENTREVISTA A LOS TRABAJADORES DE RECONOCIMIENTO LABORAL	
Formato # 1	
Nombre del entrevistado:	Nombre del entrevistado:
Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral	Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral
Médico:	Médico:
Jefe de enfermería:	Jefe de enfermería:
Auxiliar de enfermería:	Auxiliar de enfermería:
Regente o Instrumentador:	Regente o Instrumentador:
Personal administrativo:	Personal administrativo:
Servicio general:	Servicio general:
Nombre del entrevistado:	Nombre del entrevistado:
Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral	Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral
Médico:	Médico:
Jefe de enfermería:	Jefe de enfermería:
Auxiliar de enfermería:	Auxiliar de enfermería:
Regente o Instrumentador:	Regente o Instrumentador:
Personal administrativo:	Personal administrativo:
Servicio general:	Servicio general:
Nombre del entrevistado:	Nombre del entrevistado:
Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral	Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral
Médico:	Médico:
Jefe de enfermería:	Jefe de enfermería:
Auxiliar de enfermería:	Auxiliar de enfermería:
Regente o Instrumentador:	Regente o Instrumentador:
Personal administrativo:	Personal administrativo:
Servicio general:	Servicio general:
Nombre del entrevistado:	Nombre del entrevistado:
Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral	Grupos a seleccionar para el reconocimiento laboral
Médico:	Médico:
Jefe de enfermería:	Jefe de enfermería:
Auxiliar de enfermería:	Auxiliar de enfermería:
Regente o Instrumentador:	Regente o Instrumentador:
Personal administrativo:	Personal administrativo:
Servicio general:	Servicio general:

**Figura 24: Formato para seleccionar a los empleados más votados.**

		<b>CLÍNICA Y DROGUERIA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.</b> NIT: 890.506.459 - 9 Carrera 14 # 11 - 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander "Comprometidos con su salud y su seguridad" SELECCION PARA EL RECONOCIMIENTO LABORAL							
Formato # 2									
Medico									
Jefe de enfermería									
Auxiliar de enfermería									
Regente o instrumentador									
Personal Administrativo									
Servicio general									
Medico									
Jefe de enfermería									
Auxiliar de enfermería									
Regente o instrumentador									
Personal Administrativo									
Servicio general									

**Figura 25: Diseño del reconocimiento laboral**



**Actividad 3:** Crear videos institucionales para el fortalecimiento del clima y cultura organizacional.

Muchas maneras hay para mantener motivado a los empleados, pero son muy pocas aquellas actividades que ayudan a mejorar ese ambiente laboral tenso, por esto y muchas más inconvenientes que se encuentran en una empresa es importante saber que piensa un cliente interno de la empresa en la que se ha desempeñado por varios años o quizás la que le dio la oportunidad de desempeñarse como un profesional.

Se realizó una entrevista con cada uno de empleados de la institución para que ellos expresaran con un mensaje que es Clínica Torcoroma para ellos, también se entrevistó a los jefes de cada servicio con el fin de que le expresaran por medio de una frase lo importantes que son para la institución y se creó un video para celebrar el día de la mujer.

Los videos de los empleados y los jefes se proyectados en la reunión general de cada mes, en la oficina de consulta externa y el video del día de la mujer se proyectó el 8 de marzo en el auditorio de la clínica con las empleadas de la clínica.

Los videos de motivación de los empleados y jefe, se realizó un guion técnico en el cual se especifican los detalles con los tiempos estimados de cada entrevista, sonidos, imágenes y texto.

**Tabla 3.**

Guion técnico de los trabajadores de la clínica Torcoroma – ¿Qué es la Clínica Torcoroma para usted? Opinión de los empleados					
Sec.	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Sonido	Texto	
<b>Intro de cuenta regresiva</b>		Carrete de película	El perdón de Nicky Jam (karaoke)		15”

<b>Inicio del video</b>		Logo de la clínica en fondo blanco y mensaje dando inicio al video	Música de fondo suave	Estas son las opiniones que tienen los colaboradores acerca de la Clínica Nuestra Señora De Torcoroma.	7''
<b>Escena 1: Auditorio de la clínica Torcoroma</b>	P1	Plano medio en la que se ve al jefe de administración de farmacia Gloria expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Jefe Gloria: La clínica para mí desde hace tantos años como veinte pico de años que tengo de estar acá, ha sido un espacio en donde he crecido, he aprendido me he desempeñado...	2'44''
<b>Escena 2: Oficina de tesorería</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la tesorera María Teresa expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	María Teresa: La Clínica Torcoroma para mí es amor en el sentido de la palabra, es servicio sobre todo servicio al pueblo es una empresa desde sus inicio echa con amor...	23''
<b>Escena 3: Auditorio clínica Torcoroma</b>	P1	Plano medio en la que se ve al jefe de farmacia Lina Estrada expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Amarte duele (karaoke)	Jefe Lina Estrada: La clínica Torcoroma para mí es una familia donde hacemos parte cada uno de nosotros donde nos cultivamos donde nos apoyamos cada uno de nosotros...	22''
<b>Escena 4: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de enfermería Ana Diva expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Ana Diva: La clínica Torcoroma es mi lugar de trabajo es la segunda casa donde he adquirido muchos conocimientos de los especialistas médicos...	29''
	P2	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de servicios generales Elva expresando su opinión acerca	Música de fondo suave	Auxiliar de servicios generales Elva: Para mí la clínica Torcoroma es mi lugar de trabajo muy espacial para mí, mi segunda casa y tengo	26''



		de que es la clínica Torcoroma para ella.		mucho que agradecerle...	
<b>Mensaje de la Dra Ingrid</b>		Logo de la clínica fondo blanco con el mensaje escrito	Música de fondo suave	Dra. Ingrid: La clínica Torcoroma la considero una empresa, de la cual me siento orgullosa de pertenecer, resulta gratificante compartir con personas creativas, dinámicas...	15''
<b>Escena 5: Recepción de cirugía</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la auxiliar administrativa Angie expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar administrativa Angie: Para mí la clínica Torcoroma es un escalón para hacer mis sueños realidad.	5''
<b>Escena 6: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de enfermería Neiry expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Neiry: es un lugar donde Dios me ha permitido llegar para creer como persona profesionalmente...	17''
	P2	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de enfermería Leidy expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Leidy: Para mí significa casa, para mí sería mi segunda casa, porque me la paso más aquí que en mi casa	6''
	P3	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de enfermería Yenny Paola expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Yenny Paola: La clínica para mí ha sido como mi segunda casa porque he obtenido mucho conocimiento...	31''

		ella.			
	P3	Plano medio en el que se ve al camillero Willintong expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Música de fondo suave	Camillero Willintong: La clínica torcoroma es como mi segundo hogar es la que me abrió las puertas, es la que me ha impulsado a seguir adelante, es al que me ha ayudado hacer logros...	14''
	P4	Plano medio en la que se ve a la auxiliar administrativa Maryori expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar administrativa Maryori: Para mí la clínica Torcoroma es mi segunda familia es quien me ha dado la oportunidad de crecer...	9''
<b>Escena 7: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en el que se ve al jefe enfermería Leonardo expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Rop romántico – pista de amor	Jefe de enfermería Leonardo: La clínica Torcoroma para mí aparte de ser mi lugar de trabajo es un lugar donde aplico mis conocimientos y ayudo a la gente...	12''
<b>Escena 8: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de administración Yeraldin expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar administrativa Yeraldin: Es un lugar que me da la satisfacción de trabajar tranquilamente en armonía con mis compañeros.	5''
<b>Escena 9: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en la que se ve al jefe coordinadora de enfermería María Matilde expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Jefe de enfermería María Matilde: La clínica Torcoroma para mí es mi segundo hogar en ella me he podido desempeñar como profesional, como persona he ganado muchas de las cosas que hoy espiritual	1'10''

				tengo materialmente ha sido mi escuela donde me he formado...	
<b>Escena 10: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la auxiliar de enfermería Sandra expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Sandra: La clínica pues es mi segundo ya que dedicamos gran parte del tiempo aquí que en la casa.	10''
<b>Escena 11: Oficina de consulta externa</b>	P1	Plano medio en la que se ve la auxiliar administrativa Luz Dary expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar administrativa Luz Dary: Es la institución que me ha brinddo durante muchos años y todavía ahora he solides tan emocional como la tanto la parte laboral y me ha brindado mucho apoyo en lo familiar.	15''
<b>Escena 12: Oficina de contaduría</b>	P1	Plano medio en el que se ve al practicante del Sena William expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Música de fondo suave	Practicante del Sena William: Para mí la clínica Torcoroma es una bendición porque he adquirido muchos conocimientos que me van a permitirme desempeñarme bien es un ámbito laboral.	11''
<b>Escena 13: Consultorio del Dr, Romero</b>	P1	Plano medio en el que se ve al Dr. Romero expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Me voy enamorando – Chino y Nacho – Farruco (Karaoke)	Dr. Romero: Para mí la clínica Torcoroma es parte de mi vida porque a ella le he dedicado la mayor tiempo de mi vida profesional los mejores días los he pasado aquí en la clínica tratando de colaborar y ayudar para que esta institución sea grande...	42''
<b>Escena 14: Oficina de mantenimiento</b>	P1	Plano medio en el que se ve al jefe de mantenimiento Javier	Música de fondo suave	Jefe de mantenimiento Javier: La clínica Torcoroma para i significa mi segunda	4'22''

		expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.		casa, mi segundo hogar, aquí en la clínica empecé hace 16 años desde el trabajo más humilde que había en ese momento que era construcción...	
<b>Escena 15: Dispensario de medicamentos</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la regente de farmacia Dioselina expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Regente Dioselina: La clínica Torcoroma para mí es una institución muy importante ya que gracias a ella he obtenido muchos beneficios en mi vida personal como en mi vida profesional tengo que agradecerle mucho porque yo inicie acá en la clínica haciendo las practicas...	58''
<b>Escena 16: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Luz Elena expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Corre – Jesse & Joy (karaoke)	Auxiliar de enfermería Luz Elena: La clínica Torcoroma para mí es mi vida porque aquí he aprendido muchas cosas valorarme como persona gracias a los socios tengo mi profesión porque ellos me ayudaron a superarme tengo mi hogar mis compañeros son mi familia mi apoyo todo porque...	1'30''
<b>Escena 17: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Yurani expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Yurani: Para mí la clínica Torcoroma es mi segundo hogar.	3''
	P2	Plano medio en el que se observa al camillero Cristian expresando su	Música de fondo suave	Camillero Cristian: Para mí la clínica Torcoroma ha sido una escuela donde yo prácticamente he	36''

		opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.		llegado a prender muchas cosas de las cuales no sabía cosas que han influenciado en mi aprendizaje...	
<b>Escena 18: Sala de cirugía</b>	P1	Plano medio en que se ve al instrumentador quirúrgico Leonardo expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Instrumentador quirúrgico Leonardo: La mejor institución médica de Ocaña.	3''
	P2	Plano medio en que se ve a la auxiliar de enfermería Patricia expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Patricia: La clínica Torcoroma para mí en la segunda familia que tengo yo ¿Por qué la segunda familia? Porque la mayor parte me la paso con mi segunda familia y gracias a esa segunda familia que tengo que es la clínica Torcoroma...	24''
	P3	Plano medio en el que se ve al jefe de enfermería Leidy expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Jefe de enfermería Leidy: Para mí la clínica Torcoroma ha sido un gran apoyo para mí ha sido mi fuente de trabajo para mí para mí familia me ha apoyado en los momentos más difíciles has estado hay respaldándome...	57''
	P4	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Yuliana expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Alguien –Kany García (karaoke)	Auxiliar de enfermería Yuliana: Bueno para mí la clínica es el complemento para mi vida personal ya que pues tengo mi hogar, mi casa pero la clínica me complementa a nivel personal...	27''
	P5	Plano medio en el que se ve al instrumentador quirúrgico Gibert	Música de fondo suave	Instrumentador quirúrgico Gibert: La clínica Torcoroma ha sido la familia por	6''

		expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.		la cual he crecido profesionalmente	
<b>Escena 19: Oficina de Talento Humano</b>	P1	Plano medio en la que se ve al jefe de Talento Humano Yaqueline expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Jefe de Talento Humano Yaqueline: La clínica Torcoroma para mí es la institución que me permitió crecer tanto personal como laboralmente, es una escuela para mí significa eso, llevo alrededor de 13, 14 años en la institución y el mismo día casualmente que comencé a trabajar acá en la clínica Torcoroma empecé también mis estudios superiores en la universidad...	2'56"
<b>Escena 20: Sala de cirugía</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de servicios generales Yamile expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	El perdón – pista instrumental de Nicky Jam (karaoke)	Auxiliar de servicios generales: La clínica para mí es todo, es mi sitio de trabajo es donde la paso mayor tiempo o sea todo para mí.	11"
<b>Escena 21: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Marina expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Marina: Para mí la clínica Torcoroma es mi segundo hogar o mi segunda casa es donde yo vengo a trabajar para poder conseguir el sustento para mis hijas...	20"
<b>Escena 22: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve al Dr. Sierra expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para	Música de fondo suave	Dr. Sierra: la clínica Torcoroma para mí ha sido como la puedo definir con dos palabras algo interesante es una casa de aprendizaje donde he adquirido	43"

		él.		conocimientos experiencias...	
	P2	Plano medio en el que se ve al Dr. Patiño expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Música de fondo suave	Dr. Patiño: Bueno para mí la clínica Torcoroma es como mi segunda familia es la institución que me dio la mano a nivel laboral es la que me ha permitido formarme...	32''
<b>Escena 23: Cuarto de servicio general</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de servicios generales Ana Delia expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Amarte duele – nueva pista de rap romántico 2015	Auxiliar de servicios generales Ana Delia: La clínica Torcoroma es mi segundo hogar con ella he tenido mucho conocimiento y beneficios más que todo para enviar a mis hijos a la universidad.	11''
<b>Escena 24: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar Danitza expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Danitza: La clínica torcoroma ha sido un pilar que me ayudado en mi carrera como enfermera también la considero como mi familia y le agradezco...	16''
<b>Escena 25: Sala de espera antigua clínica</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de servicios generales Sonia expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo de suave	Auxiliar de servicios generales Sonia: La clínica Torcoroma para mi es una bendición porque es como mi segundo hogar porque gracias a ella llevo un sustento a mi casa.	11''
<b>Escena 26: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve al jefe de enfermería Maira Britto expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Jefe de enfermería Maira Britto: La clínica Torcoroma para mi es mi primer amor en mi experiencia profesional porque fue la primera institución que me dio oportunidad de crecer y servir como profesional la primera institución	34''

				que me abrió sus puertas además es un gran ejemplo...	
<b>Escena 27: Dispensario de medicamentos</b>	P1	Plano medio en el que se ve al regente de farmacia Edison expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Música de fondo suave	Regente de farmacia Edison: Para mí la clínica Torcoroma es mi segundo hogar pues paso la mayor parte de mi tiempo con la familia de la clínica Torcoroma he adquirido muchas experiencias maravillosas...	37''
<b>Escena 28: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve al camillero Alan expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para él.	Música de fondo suave	Camillero Alan: Bueno para mí la clínica Torcoroma es una entidad donde nos acogen como hijos la cual nos brinda el apoyo y nos hace brindar también a la comunidad un mejor servicio...	36''
	P2	Plano medio en el que se ve a la auxiliar Zulema expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Zulema: La clínica Torcoroma es gran parte de mi vida pues con ella sostengo mi hogar y he crecido profesionalmente y pasó gran parte de mi vida aquí en la clínica.	18''
<b>Escena 29: Sala de hospitalización</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Andrea expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Andrea: la clínica Torcoroma para mi es mi segundo hogar es donde tengo una segunda familia donde paso la mayoría de mi tiempo me ha servido para mi crecimiento personal crecimiento a nivel profesional....	20''
	P2	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de servicios generales Yanubi expresando su opinión acerca de que es la	Música de fondo suave	Auxiliar de servicio general Yanubi: La clínica Torcoroma para mi es mi segundo hogar donde me relaciono con mis compañeros de trabajo con los	11''



		clínica Torcoroma para ella.		pacientes con los médicos...	
<b>Escena 30: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la auxiliar de enfermería Yesica expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Yesica: La clínica Torcoroma para mí es un lugar donde puedo ofrecer mi profesión libremente...	5''
<b>Escena 31: Sala de hospitalización</b>	P1	Plano medio en se ve a la auxiliar de enfermería Laura expresando su opinión acerca de que es la clínica Torcoroma para ella.	Música de fondo suave	Auxiliar de enfermería Laura: La clínica Torcoroma para mí ha sido una experiencia significativa ya que he aprendido muchas cosas la clínica me abrió las puertas sin yo tener experiencia como en el campo laboral como enfermera...	30''
<b>Mensaje final</b>		Logo de la clínica fondo blanco y mensaje final escrito.	Música de fondo que desciende	Somos la familia Clínica Nuestra Señora De Torocoma... No lo olvides Creditos Tania Lorena Gutierrez Quintero pasante de comunicación social.	7'

**Tabla 4:**

Guión técnico jefes de la clínica Torcoroma – mensaje motivacional					
SEC	PLANO	IMAGEN	AUDIO		TIEMPO
			SONIDO	TEXTO	
<b>Intro de cuenta regresiva</b>		Corazón formándose	Por fin te encontré Karaoke – instrumental		22''
<b>Mensaje para los trabajadores</b>		Logo de la clínica con fondo blanco	Música de fondo suave	Con mucho cariño queremos expresarle con un mensaje lo importantes que son ustedes para nosotros	7''

<b>Escena 1: Consultorio del Doctor Dueñas – Gerente de la Clínica Torcoroma</b>	P1	Plano medio en el que se ve al doctor Dueñas expresando el mensaje para los trabajadores	Música de fondo suave	Dr. Dueñas: Muy buenos días mis queridos empleados y compañeros de trabajo de la clínica Torcoroma...	37''
<b>Escena 2: Oficina de Talento Humano</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la jefe de Talento Humana Yaqueline Pabón expresando el mensaje para los trabajadores	Música de fondo suave	Jefe Yaqueline Pabón: En esta oportunidad quiero dirigirme a mis compañeros colaboradores de la clínica Torcoroma, para decirle que nosotros tenemos la fortuna de tener el mejor talento humano...	2' 09''
<b>Escena 3: Sala de cirugía</b>	P1	Plano medio en la que se ve a la jefe de enfermería Leidy Perdomo expresando el mensaje para los trabajadores	Música de fondo suave	Jefe Leidy Perdomo: Bueno yo pienso que más motivación tener nosotros que sentir el apoyo total que nos da la institución...	51''
<b>Escena 4: Consultorio del Doctor Gustavo Romero</b>	P1	Plano medio en el que se ve al doctor Romero expresando el mensaje para los trabajadores.	La gozadera – Gente de Zona ft Marc Anthony – Karaoke	Dr. Romero: Muchas gracias a Tania en primer lugar por permitirme por este medio enviarle a todos nuestros trabajadores un saludo de agradecimiento por pertenecer a esta clínica...	1'43''
<b>Escena 5: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la Jefe María Matilde coordinadora de enfermería expresando el mensaje para los trabajadores.	Música de fondo suave	Jefe María Matilde: el principal mensaje que yo les doy a mis compañeros de trabajo a las enfermeras y a todo el personal que labora en la institución es que todo lo que hagamos, hagamos con amor...	36''
<b>Escena 6: Auditorio de la clínica Torcoroma</b>	P1	Plano medio en el que se observa al jefe administración de farmacia Gloria expresando el mensaje para los trabajadores.	Música de fondo suave	Jefe Gloria: Buenos días compañeros quiero por este medio comunicares o informales o darles unas palabras de motivaciones para que cada día nuestro trabajo sea mejor...	2'06''
<b>Escena 7: Sala de ginecología</b>	P1	Plano medio en el que se observa al jefe de enfermería Leonardo expresando el mensaje para los trabajadores.	Andas en mi cabeza – Chino & Nacho Feat Daddy Yankee (karaoke)	Jefe Leonardo: Deseo darles las gracias a ustedes por la dedicación, gracias a ustedes esta institución va creciendo, cada día más y más...	12''

<b>Escena 8: Oficina de tesorería</b>	P1	Plano medio en la que se observa a la tesorera María Teresa expresando el mensaje para los trabajadores.	Música de fondo suave	María Teresa: Yo pienso que hablarles de responsabilidad cumplimento seria rebudiarle en algo ya encasillado en todas las personas...	56"
<b>Mensaje escrito por la Doctora Ingrý</b>		Logo de la clínica con fondo blanco y el mensaje de la Dra. Ingrý	Música de fondo suave	Dra Ingrý: A mis compañeros los invito a ser decididos, trabajar con disciplina para alcanzar la grandeza, no dejarnos engullir por el miedo pues siempre habrá algo para lo cual no estemos preparados, salgámonos de la zona de confort...	7"
<b>Escena 9: Auditorio de la Clínica Torcoroma</b>	P1	Plano medio en el que se ve a la Jefe de farmacia Lina Estrada expresando el mensaje para los trabajadores.	Música de fondo suave	Jefe Lina Estrada: La actividades que llevamos a acabo no son fáciles pero con la motivación y el esfuerzo de cada uno de ustedes hemos logro llegar a nuestra meta...	24"
<b>Escena 10: Consultorio de urgencias</b>	P1	Plano medio en que se ve al jefe de enfermería Maira Britto expresando el mensaje para los trabajadores.	Música de fondo suave	Jefe Maira Britto: Hoy quiero motivar a mis compañeros a que trabajemos en equipo y prestemos un buen servicio ya que el trabajo en equipo genera influencia y nos da competitividad como institución de segundo nivel en Ocaña vamos a competir con eso, con prestar un buen servicio, con la calidad...	1'18"
<b>Mensaje final para los trabajadores</b>		Logo de la clínica con fondo blanco y mensaje final escrito.	Música de fondo que desciende	Gracias por estar siempre prestando el mejor servicio y dejando a la Clínica Torcoroma en alto. Porque son ustedes los que tienen en pie a esta institución.	10"

### **Guion técnico de los jefes de la Clínica Torcoroma**

**Actividad 4:** Realizar capacitaciones para el mejoramiento del clima y cultura organizacional.

Es importante que en toda institución se capacite a los empleados en temas de relacionados con su trabajo, pero también es importante escoger temas de gran interés para mejorar el clima y cultura organización.

Mediante la observación realizada en el diagnóstico se escogieron los siguientes temas: *¿qué es la ética profesional?, el chisme y sentido de pertenencia*. Las capacitaciones se realizaron en diferentes comités.

Unas de las primeras capacitación como fue la de sentido de pertenencia se realizó en la oficina de Talento humano con el comité de calidad, personal administrativo, servicio general y enfermeras, empezando con un video bajado de internet y así comenzar con una reflexión, video llamado: “Motivación MLM Futbol Americano Multinivel Gigants Deporte Ezequiel PiensaloGrande Acanet”

La capacitación del chisme se realiza con las enfermeras en la sala de consulta externa y con las empleadas del servicio general en el cuarto de servicio de lavandería. Es proyectado un video llamado “como se crean los chismes” bajando de internet para dinamizar la capacitación seguido de una reflexión y seguido se comienza con la capacitación.

La última capacitación llamada ética profesional se realizó en la sala de consulta externa con las enfermeras de la clínica, utilizando para el principio de la capacitación un video de internet llamado “Ética en el trabajo, LA”

Tabla 5.

CAPACITACIONES REALIZADAS DURANTE EL PERIDO DE LA PASANTIA EN LA CLÍNICA TORCOROMA					
TEMA	DÍA	HORA	LUGAR	ASISTENTES	RESPONSABLE
Sentido de pertenencia	17-marzo-2016	6:00pm	Oficina de Talento Humano	Comité de calidad Personal del Servicio general Enfermeras Personal Administrativo	Tania Gutierrez
El chisme	22-abril-2016 29-abril-2016	6:00pm 6:00pm	Sala de consulta externa Cuarto de servicio de lavandería	Enfermeras Personal del Servicio general	Tania Gutierrez
Ética Profesional	6- mayo-2016	6:00pm	Sala de consulta externa	Enfermeras	Tania Gutierrez

### Capacitaciones realizadas

CLÍNICA Y DROGUERIA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.						
Carrera 14 # 11 - 81 PBX: 5634333 Ocaña, Norte de Santander						
"Comprometidos con su salud y su seguridad"						
PROCESO	GERENCIA	Fecha: 18-03-2016				
PROCEDIMIENTO:	COMITES INSTITUCIONALES DE ASESORIA	Versión: 014-03-01-03				
FORMATO:	FORMATO UNICO DE ASISTENCIA A REUNIONES	Página: 1 de 1				
TITULO REUNION:	GENERAL	II	REUNION	II	COMITE	
NOMBRE EVENTO:	Capacitación de planeación	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	
FACTILACION:	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	
LUGAR:	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	SECRETARÍA	
REGISTRO DE ASISTENCIA						
No.	CEDULA	NOMBRES	APELLIDOS	TELÉFONO	CORREO ELECTRÓNICO	CARGO
01	102265574	Maria Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
02	102265576	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
03	102265577	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
04	102265578	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
05	102265579	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
06	102265580	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
07	102265581	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
08	102265582	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
09	102265583	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
10	102265584	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
11	102265585	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
12	102265586	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
13	102265587	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
14	102265588	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
15	102265589	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
16	102265590	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
17	102265591	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
18	102265592	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
19	102265593	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
20	102265594	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
21	102265595	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
22	102265596	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
23	102265597	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
24	102265598	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
25	102265599	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
26	102265600	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
27	102265601	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
28	102265602	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
29	102265603	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora
30	102265604	María Mercedes	Alvarez	315 222 2014	maria_mercedes_alvarez@torcoroma.com	Asesora

### Asistencia a las capacitaciones.

**Actividad 5:** Realizar campaña para promover el sentido de pertenencia por la institución capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

En toda organización se debe promover el sentido de pertenencia en el la institucion en la que

se trabaja, pues de ella depende la armonía en conocimientos y la retroalimentación de los empleados de los cambios en la empresa.

Para la realización de esta campaña se diseñaron adhesivos que decían YO SOY CNST (Clínica Nuestra Señora de Torcoroma) y mensajes que brindaban motivación hacia los empleados. Con el fin de colocarlos en partes visibles como en sus teléfonos, agenda, entre otros. Además en un sistema cerrado de la clínica llamado Zafiro se colocaban frases de motivación. (Zafiro es una herramienta que utilizan todos los empleados para hacer historias clínicas, entrada y salida de pacientes, entre otros)

El adhesivo es diseñado en el programa CorelDRAW X7, se crea en forma de círculo, para una mejor distribución y así mismo poder pegarlo en cualquier artículo, en el centro lleva una frase Yo soy CNST, en el que permite recordar a cada uno de los empleados que hacen parte de una familia. Se incluyó al mismo tiempo un mensaje motivacional que fue sacado de internet que decía ““El éxito de una empresa es simplemente el reflejo de la actitud, grado de motivación y compromiso de las personas que la forman” Camilo Cruz.

El material utilizado es papel adhesivo brillante, ya que este permite tener una mejor impresión con alta calidad y una mejor imagen. La cantidad distribuida fueron 60 del Yo soy CNST y del mensaje, en un total de 120. La impresión fue hecha en la Clínica Torcoroma.

La distribución fue realizada en las capacitaciones realizadas en la clínica, en especial en la capacitación del sentido de pertenencia.

Los colores utilizados son el azul y el blanco con pequeñas difuminaciones y contrastes que se utilizan en CorelDRAW X7. Tipo de letra Century Gothic también institucional.

**Figura 23: Diseño del adhesivo y mensaje motivacional**



**Colores utilizados en el diseño de Yo soy CNST**



R:50  
G:158  
B:228  
HEX:329EE4



R:244  
G:244  
B:245  
HEX:F4F4F5



R:94  
G:75  
Y:0  
K:0



R:184  
G:190  
B:196  
HEX:B8BEC4

**Actividad 6:** Capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.

Como parte de la inducción al empleado cuando ingresa a una institución, se les impartieron conceptos y los conocimientos acerca de la empresa, y el área donde se iba a desempeñar. Asimismo, algunas organizaciones están en constante cambio en su estructura organizacional, por eso es importante capacitar a los empleados periódicamente y así crear una cultura de servicio con calidad.

En esta actividad se creó un vídeo de la estructura organizacional, pues se había pensado en realizar charlas pero como ya se habían implementado varias charlas con otros temas, se piensa en esta nueva estrategia, que también es una forma muy efectiva para que los empleados conocieran la estructura organizacional y los cambios que se han realizado en la institución, además de tenerlos a la mano, pues se compartió a todos los computadores de la clínica, también por las redes sociales que la empresa tiene.

Para la realización de este video, se inició con la recolección de información de la clínica, la más actualizada, se utilizó el programa Windows Live Movie Maker. Con la ayuda de internet se buscó imágenes relacionadas con la información para ambientar el video. La duración del video fue de 3 minutos 52 segundos.

**3.1.3 Objetivo 3: Socializar los resultados de la estrategia de comunicación ante el comité de calidad de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.**

**Actividad 1 y 2:** Evaluación de las actividades realizadas y presentación de los estudios realizados a los comités de la clínica.



Una vez aceptadas, desarrolladas y aplicadas las estrategias comunicativas, se continúa con la evaluación y socialización de los resultados expuestos al comité de calidad de la clínica, que gracias a los empleados se pueden llevar a cabo todas las actividades inmersas en mi pasantía.

El comité de calidad quedó satisfecho con los resultados obtenidos y el trabajo realizado, se dejaron las actividades como compromiso de seguir implementándolas.

**Tabla 6.**

<b>EVALUACIÓN DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS</b>			
<b>Actividad</b>	<b>% de cumplimiento</b>	<b>% de dificultad</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Realizar un diagnóstico por medio de la observación de campo, para conocer el estado en que se encuentra el clima y cultura organizacional de la institución.</b>	98%	2%	
<b>Elaboración de una encuesta para determinar el clima y cultura organizacional para los colaboradores de la clínica.</b>	90%	10%	La encuesta ya estaba elaborada, se cambiaron algunas encuestas y fueron corregidas
<b>Tabulación y análisis de resultados de la encuesta del clima y cultura organizacional.</b>	100%	0%	
<b>Socialización de los resultados de la encuesta al comité de calidad</b>	99%	1%	La socialización se realiza al final
<b>Puesta en marcha de las actividades inmersas dentro de la estrategia de comunicación.</b>	100%	0%	
<b>Realizar un cronograma de actividades para la celebración de fechas especiales.</b>	100%	0%	
<b>Diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento a las personas que se destaquen dentro y fuera de la institución.</b>	99%	1%	Falta equipos con más capacidad para programas de diseño
<b>Crear videos institucionales para el fortalecimiento del clima y cultura organizacional.</b>	97%	3%	Faltaron videos por crear
<b>Realizar campaña para promover el sentido de pertenencia por la institución.</b>	98%	2%	Falto realizar más campañas
<b>Capacitar a los colaboradores de la institución en la</b>	99%	1%	

<b>estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma.</b>		
<b>Evaluación de las actividades realizadas.</b>	100%	0%
<b>Presentación de los estudios realizados a los comités de la clínica.</b>	100%	0%

### **Evaluación de las actividades**

Casi todas las actividades se realizaron en un 100%, pero hubo algunas que dentro de ellas se tuvo un poco de dificultad, pero esto no afectó en los resultados obtenidos, ya que se realizaron satisfactoriamente con resultados excelentes.

**Presentación de estudios realizados:** Una vez aplicadas las actividades, se realiza un estudio general de cada una de las estrategias, para poder conocer el grado de satisfacción de los empleados el sentido de pertenencia si aumentó con cada uno de los talleres implementados para fortalecer el clima y la cultura organización de la clínica Torcoroma.

Se pudo notar que algunas debilidades y amenazas definidas en la matriz FODA al iniciar el trabajo se convirtieron en fortalezas y oportunidades. Algunas de las debilidades que cambiaron son: Falta de un área de comunicaciones y un profesional que se encargue de ella. Esta debilidad se convirtió en oportunidad, pues los directivos tanto con los jefes de cada área y los empleados de la institución vieron la necesidad de tener un comunicador social que continúe con las actividades que se venían realizando, ellos han tomado la iniciativa de tener siempre un practicante o pasante de comunicación social, porque por el momento la clínica está pasando por una crisis económica muy difícil, para tener a una persona de planta, pero apenas mejore la situación económica ellos abrirán vacante para el puesto.

Asimismo otras de las debilidades convertidas en fortaleza es la falta de capacitaciones de clima y cultura organizacional, se convirtió en fortaleza pues ellos tomaron la iniciativa de

continuar con las capacitaciones de clima y cultura organización con los jefes de cada departamento mientras que empieza la nueva practicante de comunicación social, con el fin de que no se pierda el hábito de las capacitaciones para mejorar el ambiente laboral.

Otras de las debilidades convertidas en fortaleza fue la falta de motivación hacia los empleados, con las actividades de celebración de fechas especiales y los cumpleaños ellos sintieron que eran importantes para la clínica, además de sentirse motivados, ellos cambiaron su forma de pensar y trabajar con mejor agrado. Con todas estas actividades cambiaban un poco la monotonía del trabajo, además de que el poco sentido de pertenencia que era otra de las debilidades también cambio, se pudo fortalecer con la estrategia y los videos, co el fin de demostrarles que son ellos hacen parte de una familia y que siempre debe estar unida, que ellos son la familia CNST.

Es importante también destacar que algunas amenazas como los rumores y sarcasmos se disminuyeron la comunicación es lineal, además la comunicación con los jefes ha mejorado, que esto es una ventaja que ayuda fortalecer las relaciones entre compañeros y jefes, dando resultados como la buena atención hacia el cliente externo, ofreciendo servicios con buena calidad.

En términos generales se pudo notar que las estrategias aplicadas fortalecieron el clima y cultura organización, que el porcentaje aumento, no fue en vano las actividades realizadas; se cuenta con empleados que quieren a la institución y que están dispuestos tanto la junta directiva como todos los jefes de cada área y empleados a dar lo mejor de ellos para que la clínica tenga una excelente imagen y ser la mejor institución prestadora de servicios de salud en norte de Santander.

## Capítulo 4: Diagnostico Final

En la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma se realizó un trabajo enriquecedor para todos los empleados; ellos son una base muy importante para la institución; al aplicar estrategias comunicativas se ayudó a que las relaciones interpersonales y de amor hacia la empresa, por lo tanto se hicieron reconocimientos a todos aquellos colaboradores que prestaban un excelente servicio, además de mantener una buena relación con sus compañeros de trabajo, esto permitió obtener empleados creativos, eficientes y alineados en las políticas institucionales a mantener un buen servicio.

Capacitaciones y actividades ayudaron a mejorar ese ambiente laboral tenso, estrategias que antes no existían y que se deben seguir implementando, el flujo de información fue el adecuado, la comunicación entre empleado y jefe se mantuvo al margen, los rumores se disminuyeron, esto gracias a la presencia de una persona que tuvo contacto y comunicación permanente con los empleados.

Los valores culturales mejoraron, las creencias e ideas se respetaron manteniendo una cultura organizacional sólida, reflejando así el grado de satisfacción del personal de la institución, además controlando los problemas que se presentaban, dando soluciones rápidas y satisfactorias. Lo que ayudó a que los empleados reconocieran esos objetivos empresariales y la cultura que se deben respetar en la institución.

Se debe continuar con este tipo de estrategias que ayuden al enriquecimiento de los colaboradores y al fortalecimiento de la institución, pues se pudo determinar que de esta manera el ambiente laboral mejoro.

## Capítulo 5: Conclusiones

El propósito expuesto en el trabajo contó con la aceptación de los empleados de la institución quienes fueron los más interesados en realizar las estrategias comunicativas, apoyado por los jefes y gerente quienes quisieron participar de esta labor que ayudaría a mejorar el ambiente laboral sano y los flujos de información entre los empleados.

El clima y la cultura organizacional son relevante en cualquier empresa, por eso es importante seguir trabajando con los empleados de la Clínica y Droguería Nuestra de Torcoroma, pues si no se vería afectada en un futuro donde estaría inmersos los usuarios que son ellos quienes deciden si volver a un mal servicio o escoger otra institución que si brinde una excelente atención.

Se cumplió a cabalidad las actividades inmersas en plan de trabajo, cumpliendo con todas las estrategias y dejando así continuidad a las tareas que se realizaron durante la pasantía, con el fin de que se continúe fortaleciendo los procesos comunicativos en la clínica.

Unos de los primeros objetivos fue determinar el estado de la cultura y el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma, en el que estaba inmerso un diagnostico por medio de la observación de campo que ayudo a conocer el estado en el que se encuentra la institución. Cumpliéndose a cabalidad esta actividad dando resultados en los cuales se deben trabajar, continuando con el objetivo se realiza otro método de investigación que ayudaría a recolectar información como es la encuesta, con datos más específicos y respuestas de los empleados que aportaría a realizar estrategias para minimizar las fallas en las que se encuentran la clínica.

Este objetivo fue el comienzo de una serie de actividades que permitiría fortalecer el clima

cultura organizacional de la clínica, pues con los resultados obtenidos de los dos métodos de investigación se pudo conocer el estado en el que se encuentra la Clínica Torcoroma.

Como segundo objetivo fue realizar actividades de comunicación que fortalezca el clima organizacional de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma. En este objetivo estuvieron inmersas seis actividades que permitieron fortalecer el ambiente laboral y de esta manera a orientar a los empleados en temas de interés relacionados con su trabajo, además de mejorar en lo personal. Las actividades de este objetivo fueron realizar un cronograma de actividades para la celebración de fechas especiales, diseño e implementación de piezas gráficas para dar reconocimiento a las personas que se destaquen dentro y fuera de la institución, crear videos institucionales para el fortalecimiento del clima y cultura organizacional, realizar capacitaciones para el mejoramiento del clima y cultura organizacional, realizar campaña para promover el sentido de pertenencia por la institución capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma, capacitar a los colaboradores de la institución en la estructura organización de la Clínica Nuestra Señora de Torcoroma. Actividades enriquecedoras que permitieron unir, nutrir, fortalecer conocimientos, mejorar las relaciones entre los empleados, aumentar en sentido de pertenencia trabajando con más agrado y de esta manera prestar un mejor servicio a los clientes.

Para la culminación de las estrategias comunicativas el último objetivo fue la evaluación de las actividades realizadas y presentación de los estudios realizados al comité de la clínica, con esta actividad se pudo observar que hubo cambio en el clima y cultura organización y que se deben ser implementando estrategias comunicativas, además se creó la necesidad de tener un comunicador que continúe con las actividades para no dejar decaer los resultados obtenidos durante la pasantía.

## Capítulo 6: Recomendaciones

La ausencia del área de comunicación y un profesional que se encargue de mantener activo las estrategias de comunicación son unas de las recomendaciones que sugiero que se deben aplicar para continuar así con las actividades y así mejorar la imagen de la empresa tanto interno como externo.

El clima y cultura organizacional es una de las estrategias de comunicación que se debe mantener, ya que esto ayuda mantener control en el ambiente laboral tenso que se vive diario en la clínica, así mismo mejora las relaciones entre los empleados. Además de obtener empleados creativos eficientes y alineados a mantener a la institución como una de las mejores a regional.

Asimismo mantener informados a los empleados de todos los acontecimientos que pasan en la clínica, por esto hay que seguir alimentando las carteleras y las redes sociales de temas de interés donde se esté informando al usuario interno y externo.

Se recomienda no olvidar el cliente interno, pues son el equilibrio de la empresa y de ellos depende que el servicio brindado al cliente externo sea excelente.

## Referencias

Alcaldia de Bogotá. (2004). Ley 909 de 2004, por la cual se expiden normas que regulan el empleo público, la carrera administrativa, gerencia pública y se dictan otras disposiciones.

Bogota: La Alcaldia

Alcaldía Mayor de Bogotá. (25 de Abril de 2005). Decreto 1227 de 2005, por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 909 de 2004 y el Decreto-ley 1567 de 1998. bogota: La Alcaldia.

Castillo, J. (2013). Diagnostico situacional en el clima organizacional, en la administración central del departamento de Boyacá. (tesis de grado), Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Boyaca, Colombia.

Constitucion de Colombia. (1991). (s.d de s.m de 1991). Artículo 53 el Congreso expedirá el estatuto del trabajo. Recupeerao de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-53>

Constitucion de Colombia. (1991). Artículo 25, el trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del Estado. Recuperado de: <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-25>

Delgado, M. (2009). Desarrollo del modelo de clima organizacional maquiavícola. Recuperado de: <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis307.pdf>

Martínez, M. (2011). Estrategias para mejorar el clima organizacional en la empresa grupo latino de publicidad colombia LTDA. Recuperado de:



<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/.11%20S68e.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Moreno, J. (2015). La Comunicación Interna Una herramienta al servicio de las organizaciones.

Recuperado de:

[https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=1085723](https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1085723)

Perozo de Jimenez, G. (2003). Clima y cultura organizacional. Recuperado de:

<http://postgrado.una.edu.ve/desarrolloorganizacional/paginas/perozolectura3.pdf>

Pinzón de Castro , M. & Rubiano, L. (2008). Caso unionconsulting: estrategias para el mejoramiento de la comunicación interna Universidad Javeriana. Bogota: Universidad Javeriana

Quintero, J. (2009). Diagnóstico de Comunicación Organizacional. Recuperado de:


<http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis205.pdf>


Sandoval, J. (s.d de s.m de 2014). Comunicación interna y clima laboral” (estudio realizado en call center de la ciudad de Quetzaltenango). (tesis de grado), Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango, Guatemala.

# APÉNDICES

## Apéndice A. Formato de encuesta

### Formato de encuesta de clima y cultura organizacional

 <b>CLÍNICA Y DROGUERÍA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.</b> NIT: 890.506.459 - 9 Cámara 14 # 11 - 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander "Comprometidos con su salud y su seguridad"	
ENCUESTA DE CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL	
<b>Objetivo:</b> Realizar un análisis del clima y cultura de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma de Ocaña, Norte de Santander. Para la realización de esta encuesta por favor dedique unos minutos de su tiempo, recuerde que la información suministrada será trabajada de manera confidencial.	
1. ¿Cuándo entró a trabajar, recibió inducción?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
2. ¿Usted conoce la misión y visión de su empresa?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
3. Señale dos de los valores corporativos con los que más se sienta identificado	<input type="checkbox"/> Espíritu de servicio <input type="checkbox"/> Trabajo en equipo <input type="checkbox"/> Responsabilidad <input type="checkbox"/> Disciplina <input type="checkbox"/> Calidad <input type="checkbox"/> Honestidad y transparencia
4. ¿Cómo describe las funciones que realiza en su trabajo?	<input type="checkbox"/> Importantes <input type="checkbox"/> Acordes a la contratación <input type="checkbox"/> No están acordes a la contratación <input type="checkbox"/> Poco importantes
5. ¿Cómo define el ambiente laboral de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma?	<input type="checkbox"/> Agradable <input type="checkbox"/> Un poco agradable <input type="checkbox"/> Nada agradable
6. ¿Cómo considera la relación de trabajo y comunicación entre el personal de la empresa?	<input type="checkbox"/> Cordial <input type="checkbox"/> Cercana <input type="checkbox"/> Básica <input type="checkbox"/> Impersonal
7. ¿Existe una buena comunicación con sus jefes?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
8. ¿Existe una buena comunicación con sus compañeros?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
9. Califique de 1 a 5 su grado de satisfacción en su trabajo (Siendo 1 la puntuación más baja y 5 la puntuación más alta)	___ 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___
10. ¿Le gustaría recibir capacitaciones en temas relacionados a su actividad laboral?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
11. ¿Participa activamente en los eventos especiales como fechas de cumpleaños, días especiales y eventos de la empresa?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>

 <b>CLÍNICA Y DROGUERÍA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.</b> NIT: 890.506.459 - 9 Cámara 14 # 11 - 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander "Comprometidos con su salud y su seguridad"	
ENCUESTA DE CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL	
12. Mencione los motivos por los cuales participa en las actividades de la Clínica	<input type="checkbox"/> Porque me gusta <input type="checkbox"/> Porque me divierto <input type="checkbox"/> Porque es obligatorio <input type="checkbox"/> Porque ayuda a mi crecimiento profesional <input type="checkbox"/> No participo
13. Mencione los motivos por los cuales NO participa en las actividades de la Clínica	<input type="checkbox"/> Porque no tengo tiempo <input type="checkbox"/> Porque no me gusta <input type="checkbox"/> Porque no me parecen interesantes <input type="checkbox"/> Porque cuando necesitan recursos no cuento con los mismos
14. ¿Estaría dispuesto a participar de manera voluntaria en las actividades que se realicen en la empresa?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
15. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con sus compañeros?	<input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Oficios <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Correo Electrónico <input type="checkbox"/> Chat (Skype, otros) <input type="checkbox"/> Personalmente
16. ¿Cree usted que la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma contribuye en el fortalecimiento de las relaciones de los integrantes de la empresa?	<input type="checkbox"/> Siempre <input type="checkbox"/> Casi siempre <input type="checkbox"/> Algunas veces <input type="checkbox"/> Nunca
17. ¿Cree necesario implementar nuevos medios de comunicación interna en la empresa?	SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>
¿Cuál?	<input type="checkbox"/> Boletín informativo <input type="checkbox"/> Chat <input type="checkbox"/> Reuniones mensuales Otro: _____
<b>OBSERVACIONES</b>	

Empleados de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma realizando la encuesta.



Fuente: Autor

## Apéndice B. Fechas especiales

Publicación de fechas especiales, celebración días especiales (Día de la enfermera) y cumpleaños.



Fuente: Autor

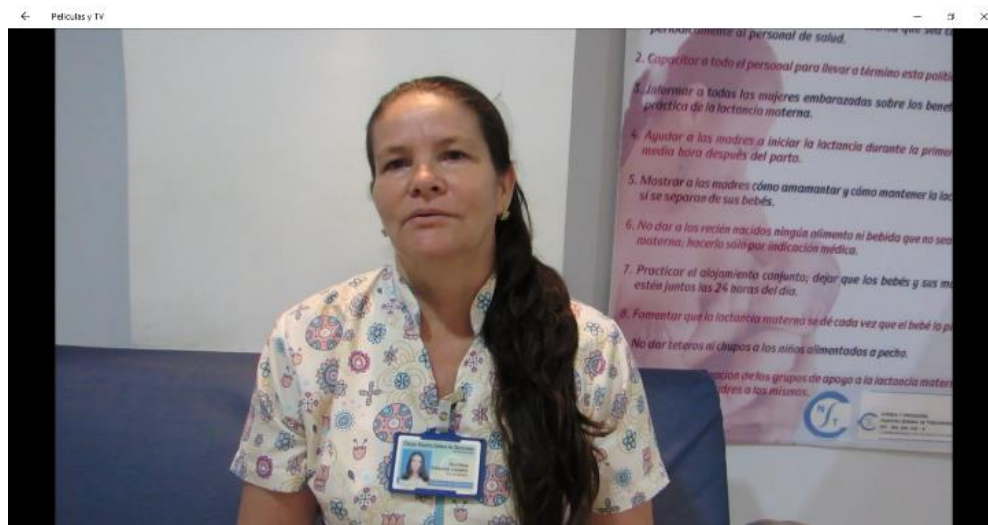
## Apéndice C. Reconocimiento laboral



Publicación en redes sociales de los ganadores del reconocimiento laboral y entrevista con los trabajadores para la votación de los ganadores del reconocimiento laboral.

Fuente: Autor

## Apéndice D. Evidencias del video motivacional.



Fuente: Autor



Proyectando el video a los empleados y pantallazo del video de unos de los empleados dando el mensaje.



Grabación y mensaje del gerente de la Clínica.

Fuente: Autor



Celebración del día de la mujer.

Fuente: Autor



## Apéndice E. Evidencia de las capacitaciones realizadas



Fuente: Autor



Capacitación de primeros auxilios en el Colegio Agustina Ferro. Empleados de la clínica siempre dando una buena imagen.





Contactos con medios de comunicación local, con el fin de que los empleados se muestren a la comunidad e informen a sobre temas de salud

## Apéndice F. Evidencia de vídeo creado para los empleados de la estructura organizacional

Windows IV

### ¿Quiénes somos?



Somos una institución privada con 29 años al servicio de la comunidad ocañera y su provincia creada con el fin de prestar los servicios de salud de baja y mediana complejidad, con la experiencia necesarias y el personal capacitado para satisfacer las necesidades de nuestros pacientes.

Windows IV

### Valores corporativos

#### Espíritu de servicio

Brindamos atención con calidez, servicio, respeto amabilidad, hablando con la verdad, siendo flexibles y comprometidos.



#### Calidad

Lograr ser competitivos con nuestros servicios para cumplir la misión y la visión de nuestra institución.



Fuente: Autor

## Apéndice G. Campaña de sentido de pertenencia



Fuente: Autor

# Apéndice H: Diseño de PQRS y apertura del buzón de sugerencias

## MANUAL DE ATENCIÓN AL USUARIO

Este manual está dirigido a los usuarios de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma S.A.S. y tiene como objetivo proporcionar información sobre la prestación de los servicios formales de PQRS.

Contenido

- Introducción.....3
- ¿Quiénes somos?.....4
- Misión.....4
- Visión.....4
- Valores Institucionales.....4
- Falta de calidad.....7
- Organización.....8
- Deberes de los pacientes.....9
- Derechos de los pacientes.....11
- Objeto de servicio de atención al cliente.....13
- Para qué sirve el servicio de atención al usuario.....14
- Funciones del servicio de atención al usuario.....14
- Características del servicio de atención al usuario.....14
- Funciones de las responsabilidades de la gestión del Servicio de atención al usuario.....15
- Procedimiento para la atención de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.....17
- Glosario del usuario.....23
- Documento de satisfacción al usuario.....27
- Formato de encuesta del servicio de sugerencias.....28
- Formato de encuesta del servicio de quejas y reclamos.....29

---

**INTRODUCCIÓN**

El manual de atención al usuario se implementa con el fin de fortalecer el acceso de los usuarios a los servicios de la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma S.A.S. y tiene como objetivo proporcionar información sobre la prestación de los servicios formales de PQRS.

El proceso comunicativo que comienza desde el primer contacto con los usuarios busca ser interactivo con el fin de brindar información oportuna y clara sobre los servicios que se ofrecen en la Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma S.A.S. Este proceso incluye las siguientes etapas: recepción, atención, gestión y seguimiento de las solicitudes de los usuarios.

**¿QUIÉNES SOMOS?**




Somos una institución privada con 37 años de servicio de la comunidad **ocaina** y su provincia, creada con el fin de prestar servicios de salud de alta calidad y en conjunto con el equipo de salud y el personal administrativo para satisfacer las necesidades de nuestros pacientes y su familia.

**MISIÓN**

Prestar servicios de salud de alta y media complejidad mediante un modelo de atención centrado en el humanizado de la práctica asistencial y en la equidad de acceso y su familia.

**VISIÓN**

Ser la primera institución reconocida en el departamento Norte de Santander y reconocida por los proveedores de servicios y la comunidad como la que garantiza la calidad con valor agregado en atención y bienestar de los usuarios, con los más altos estándares de calidad y

	<b>CLÍNICA Y DROGUERÍA NUESTRA SEÑORA DE TORCOROMA S.A.S.</b> NIT: 890.506.459 – 9 Carrera 14 # 11 – 81 PBX: 5636333 Ocaña, Norte de Santander <i>"Comprometidos con su salud y su seguridad"</i>		
PROCESO:	ATENCIÓN AL USUARIO	Código:	GPE-AU-03-FM-01
PROCEDIMIENTO:	ATENCIÓN DE PQRS	Versión:	2016
FORMATO:	PQR	Página:	1 de 1
Servicio:	Fecha:	ID:	
Tipo de Solicitud:	Peticion	Sugerencia	Queja
Identificación:	Es salud	Paciente	Empleado de planta
	Usuario	Otro	Teléfono:
<b>MOTIVO DE LA SOLICITUD</b>			
FUNCIONARIO(S) CONTRA QUIEN(ES) SE PRESENTA LA SOLICITUD:			
<b>INFORMACIÓN A DILIGENCIAR POR LA INSTITUCIÓN</b>			
Fecha de Apertura:	Ubicación del buzón:	Código asignado:	
<b>INFORME DE GESTIÓN</b>			
Fecha de cierre del caso:	Se permitió al usuario de los resultados de la gestión? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	En caso positivo, ¿cuándo el usuario conformó? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	
Motivos de no conformidad:			
<b>MOTIVOS DE NO CONFORMIDAD</b>			
<b>APERTURA</b>		<b>GESTIÓN</b>	
TESTIGO	COORDINADOR SIAU	ELABORADO POR:	VERIFICADO POR:
Nombre y apellido:	Nombre y apellido:	Nombre y apellido:	Nombre y apellido:
Cédula:	Cédula:	Cargo:	Cargo:
Firma	Firma	Firma	Firma



¿Cómo Presentar una PQRS? (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias)

La Clínica y Droguería Nuestra Señora de Torcoroma te ofrece el servicio de radicación de PQRS. Los canales para tramitar la solicitud son:

1. Dirigirse donde se encuentra ubicado el buzón de sugerencias y diligenciar el formulario de PQRS.
2. Depositar el formulario en el buzón de sugerencias.
3. Otra opción es dirigirse a la sección de atención al usuario.

ATENCIÓN POR CORREO

Si usted desea realizar un PQRS por correo, debe enviar un mensaje solicitando el formulario al correo [pqrs@nstr.com](mailto:pqrs@nstr.com) y el community manager le enviará el formulario.

ATENCIÓN POR FACEBOOK

Usted debe buscarnos en Facebook Clínica Torcoroma, copiar al chat solicitándonos el formulario de los PQRS y el community manager le enviará el formulario.

## Apéndice I. Socialización de los resultados de la pasantía



Fuente: Autor