

Universidad de Lima  
Facultad de Comunicación  
Carrera de Comunicación



# **Caso Clínica Nacional: TODOS SOMOS TECNA**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en  
Comunicación

**Matias Rafael Alosilla Velazco Gastelumendi**

**Código 20190063**

**Ana Belen Lugaro Linares**

**Código 20193011**

**Asesor**

Wendy Domenack Bracamonte

Lima – Perú

Octubre, 2024





**Caso Clínica Nacional:  
TODOS SOMOS TECNA**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>VIII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>IX</b>
<b>1. PRESENTACIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Video animado.....	1
1.2 Piezas digitales.....	1
1.3 Piezas físicas.....	1
1.4 Manual TECNA.....	2
1.5 Podcast.....	2
<b>2. ANTECEDENTES .....</b>	<b>3</b>
2.1 Impacto de la Implementación de Sistemas Tecnológicos en la Integración del Personal y la Colaboración en Clínicas.....	3
2.1.1 Clínica Internacional .....	3
2.1.2 Clínica Sanna.....	6
2.2 Mapeo de Públicos Internos de Clínica Nacional... ..	7
2.3 Canales de Comunicación Interna.....	12
2.4 Análisis FODA.....	13
<b>3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL .....</b>	<b>16</b>
3.1 Propuesta Narrativa.....	18
3.2 Plan de Comunicación Interna.....	20
3.2.1 Objetivos del Plan de Comunicación y Metas.....	20
3.2.2 Mensajes para el Plan de Comunicación.....	21
3.2.3 Matriz estratégica del plan de comunicación.....	24
3.3 Mantenimiento de la Propuesta.....	55
3.3 Cronograma de comunicación interna.....	57
3.4 Presupuesto.....	62
<b>4. LECCIONES APRENDIDAS .....</b>	<b>66</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>68</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>69</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Organigrama y funciones de la dirección médica .....	8
Tabla 2. Organigrama y funciones de la dirección administrativa.....	9
Tabla 3. Organigrama y funciones del personal administrativo .....	10
Tabla 4. Organigrama y funciones de los colaboradores temporales .....	10
Tabla 5. Síntomas y causas de los problemas.....	11
Tabla 6. Canales de comunicación y propósito.....	12
Tabla 7. Análisis FODA.....	13
Tabla 8. Objetivos del Plan de Comunicación y Metas.....	20
Tabla 9. Mensajes para el Plan de Comunicación Interna.....	21
Tabla 10. Objetivo específico 1 y Estrategia 1.1, 1.2 y 1.3.....	24
Tabla 11. Objetivo específico 2 y Estrategia 2.1, 2.2 y 2.3.....	34
Tabla 12. Objetivo específico 3 y Estrategia 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4.....	45



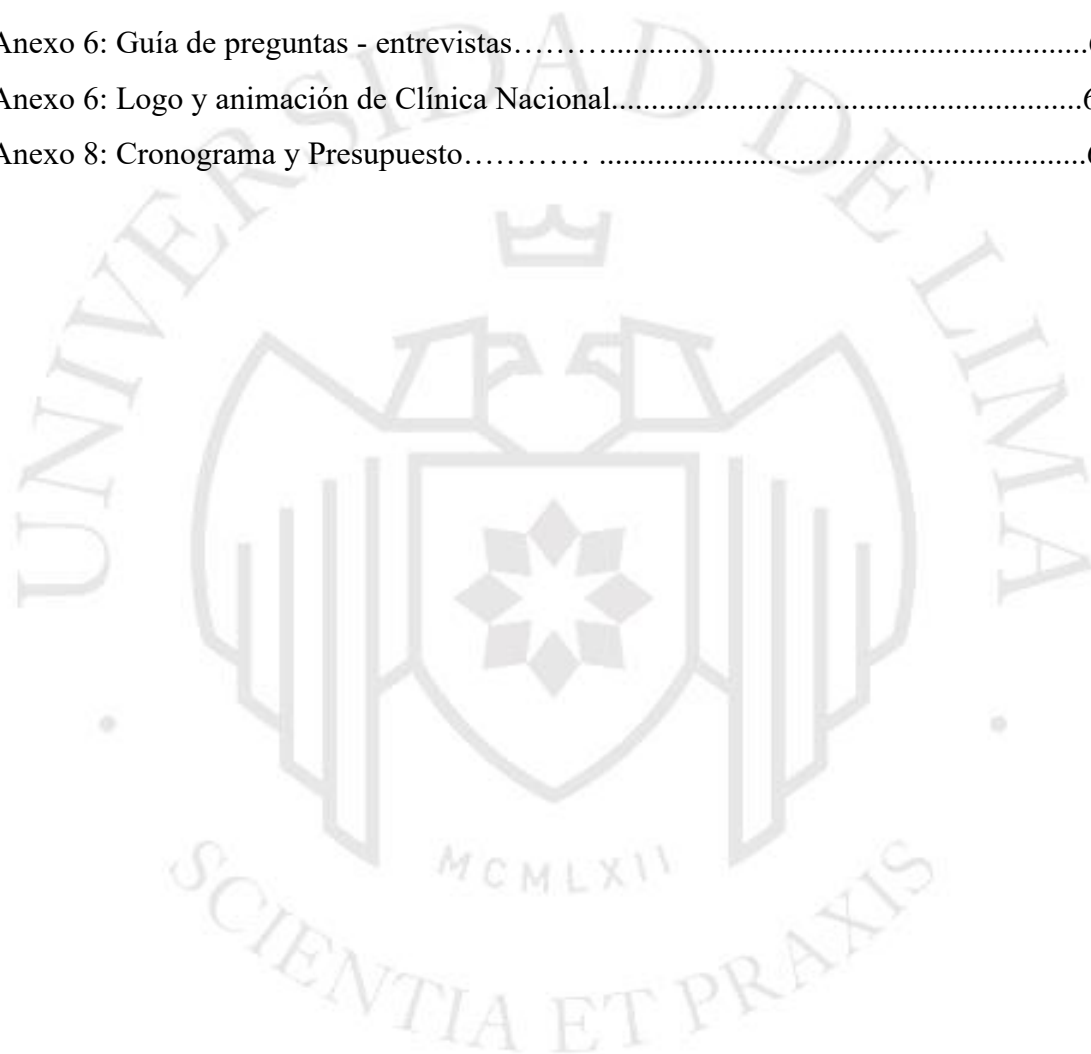
## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: ¿Qué genera una cultura organizacional sólida?.....	17
Figura 2: Cronograma de Comunicación Interna.....	57
Figura 3: Presupuesto.....	62



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a Erika Echegaray.....	69
Anexo 2: Entrevista a Camila Bermedo.....	69
Anexo 3: Actividades de Team Building para Líderes.....	69
Anexo 4: Storyboard Video Animado.....	69
Anexo 5: Guión Podcast.....	69
Anexo 6: Guía de preguntas - entrevistas.....	69
Anexo 6: Logo y animación de Clínica Nacional.....	69
Anexo 8: Cronograma y Presupuesto.....	69



## RESUMEN

El siguiente trabajo se centra en la implementación de un plan de comunicación interna en la Clínica Nacional para mejorar el trabajo, la coordinación y la cultura organizacional entre el personal médico y el personal administrativo. El propósito de este plan es transformar la cultura organizacional, fomentar un clima de colaboración y facilitar la adopción del sistema tecnológico TECNA. Presentamos diversos materiales para la implementación de este plan como videos animados, piezas digitales y físicas, un manual y episodios de podcasts. Las cualidades principales del trabajo incluyen la integración de tecnología avanzada, la personalización de capacitaciones, y la promoción de valores organizacionales como la empatía y la colaboración.

**Palabras clave:** Comunicación interna, Cultura organizacional, Estrategias, Tecnología, Planificación de la Comunicación.

## ABSTRACT

The following work focuses on the implementation of an internal communication plan at Clínica Nacional to improve work, coordination, and organizational culture between medical and administrative staff. The purpose of this plan is to transform the organizational culture, foster a collaborative environment, and facilitate the adoption of the TECNA technological system. We present various materials for the implementation of this plan, such as animated videos, digital and printed pieces, a manual, and podcast episodes. The main qualities of the work include the integration of advanced technology, the personalization of training, and the promotion of organizational values such as empathy and collaboration.

**Keywords:** Internal Communication, Organizational Culture, Strategies, Technology, Communication Planning

# 1. PRESENTACIÓN

En Clínica Nacional, debido a la falta de coordinación y comunicación efectiva entre la Dirección Administrativa y la Dirección Médica, se ha generado desconocimiento de procesos administrativos por parte del personal médico, persistencia de procesos antiguos e ineficientes, roces continuos entre ambos equipos y una percepción negativa por parte de pacientes y aseguradoras debido al desorden. Para abordar estos problemas, se contrató a EXPERTMED, que recomendó desarrollar un proceso único apoyado en tecnología de punta, denominado TECNA, para pacientes, staff médico y administrativo. Sin embargo, se identificaron obstáculos como resistencia interna, quejas sobre el horario de entrenamiento y una desconexión cultural entre la cultura deseada y la real de la organización.

A partir de ello, en el presente proyecto se ha desarrollado un plan de comunicación interna dirigido a los trabajadores médicos y administrativos de Clínica Nacional con el fin de transformar la cultura organizacional en la que se encuentra actualmente la empresa, lograr un clima organizacional de colaboración y trabajo en equipo, y finalmente la buena implementación del proyecto TECNA.

## 1.1 Material #1: Video animado

<https://youtu.be/13Z2LHdwML8>

## 1.2 Material #2: Piezas digitales: Cabecera Workplace, Mailing, WhatsApp, Calendar, WhatsApp para Líderes

[https://drive.google.com/file/d/1upOWkFjvOx09x759pfrBW\\_ENVivEqZV\\_/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1upOWkFjvOx09x759pfrBW_ENVivEqZV_/view?usp=sharing)

## 1.3 Material #3: Piezas físicas: Lanzamiento Evento CEO, TECNA visita las oficinas, Módulos de soporte en sedes

<https://drive.google.com/file/d/1dVe7rty45xAE44yW0R07e-C30sESHFSD/view?usp=sharing>

1.4 Material #4: Manual TECNA

<https://drive.google.com/file/d/1Dz-QmJIC9mPuqaGx-elMKa-chmdn7u1w/view?usp=sharing>

1.5 Material #5: Podcast

<https://youtu.be/3offQBm-6Zc>



## 2. ANTECEDENTES

### 2.1 Impacto de la Implementación de Sistemas Tecnológicos en la Integración del Personal y la Colaboración en Clínicas

#### 2.1.1. Clínica Internacional

Para lograr la mejor implementación posible de un software tecnológico como TECNA, revisamos el caso de Clínica Internacional con el objetivo de entender el contexto del funcionamiento de este centro médico, así como conocer al personal de salud, tanto administrativo como médico. Este enfoque permitió obtener una visión integral de las necesidades y desafíos que enfrentan estos profesionales en su día a día.

Clínica Internacional enfrentaba serias dificultades tanto en la gestión administrativa como en la médica, lo que hacía necesario un sistema que facilitara los procesos para ambas partes. Los problemas incluían la traspapelación de documentos, la falta de coordinación entre los médicos y el personal administrativo, y la ineficiencia en la gestión de la información. Para abordar estos problemas, se decidió implementar el sistema XGIS, que eliminó el uso de papel y digitalizó procesos como las recetas, la facturación y otros documentos médicos. La Dra. Erika Echegaray, jefa de Bienestar de RIMAC Seguros y Reaseguros, quien anteriormente trabajó para la Clínica Internacional, mencionó: “En clínica ya no se usan papeles. Todo se volvió para que ambas partes (médico y administrativo) conversen. Incluso la receta ya no te la dan en papel, sino llega directamente al correo”.

Uno de los principales desafíos para la implementación de un software de estas características fue la resistencia de los médicos mayores a usar tecnología. Muchos de ellos, acostumbrados a métodos tradicionales, encontraban difícil adaptarse a las nuevas herramientas digitales. Echegaray (2024) señaló: "Para ellos, estar escribiendo en la computadora era un *issue*. Sobre todo para las generaciones más grandes". Para superar este obstáculo, se destacó la importancia de escuchar y capacitar a los médicos de manera personalizada, asegurándose de que comprendieran y se sintieran cómodos con el nuevo sistema. Además, se creó un equipo de soporte en cada sede para ayudar con cualquier problema relacionado con el sistema, asegurando una transición más suave.

La estructura organizacional de la clínica incluye un director médico y un *business partner* en cada sede, quienes canalizan la información entre las partes administrativa y médica. Este modelo integró las operaciones administrativas y médicas bajo una misma estructura, facilitando una mejor coordinación y comunicación entre ambos departamentos. La integración de estas funciones permitió una gestión más eficiente y una respuesta más rápida a las necesidades tanto de los pacientes como del personal.

Para fomentar la integración y el trabajo en equipo, se organizaron diversos eventos y actividades. Entre ellos, la Copa CI, un torneo que involucraba tanto a personal administrativo como asistencial, y desayunos mensuales con el gerente general, donde se discutían temas importantes y se fomentaba la camaradería. También se realizaron actividades trimestrales de conexión y campañas de salud mental, que incluían charlas y talleres sobre bienestar y resiliencia. Estas actividades no sólo promovieron un ambiente de trabajo positivo, sino que también fortalecieron los lazos entre los diferentes miembros del personal.

Los médicos y el personal administrativo disfrutaban de diversos beneficios corporativos, y la comunicación interna se maneja a través de correos corporativos, WhatsApp y Facebook. Estos canales de comunicación aseguran que todos los empleados estén informados y puedan participar activamente en las iniciativas de la clínica. La implementación de estos canales de comunicación fue crucial para mantener a todos los empleados alineados con los objetivos y cambios dentro de la organización.

La clínica también pasó por un proceso de re-acreditación de la Joint Commission International (JCI), lo que implicó la integración de todo el personal en el cumplimiento de altos estándares de calidad. Este proceso fue una oportunidad para que el personal administrativo y asistencial trabajara en conjunto, asegurando que se cumplieran todos los requisitos necesarios para la acreditación. La re-acreditación no solo mejoró la calidad de los servicios ofrecidos, sino que también reforzó el compromiso de la clínica con la excelencia y la mejora continua.

La cultura y los valores de la clínica se enfocan en la empatía y la cercanía, con programas de bienestar y resiliencia para el personal. Estos programas incluyen actividades y recursos diseñados para apoyar la salud mental y el bienestar de los empleados, creando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo. Erika destacó: “La comunicación es muy linda. Ósea, está muy orientada al tema de empatía, de cercanía, porque claro, el giro del negocio es otro. Como que el propósito es muy marcado. Muy humano”. La promoción de una cultura organizacional basada en la empatía y el bienestar ha sido fundamental para el éxito de la implementación del sistema XGIS.

La implementación del sistema XGIS en la Clínica Internacional no solo mejoró la eficiencia administrativa y médica, sino que también fortaleció la cultura organizacional y la integración entre el personal. La clave del éxito fue la capacitación personalizada, el soporte continuo y la comunicación efectiva, asegurando que todos los empleados se sintieran valorados y parte del cambio. Este enfoque integral permitió que la clínica no sólo superará los desafíos iniciales, sino que también estableciera una base sólida para futuras innovaciones y mejoras en la gestión de la salud.

### 2.1.2. Clínica Sanna

La Dra. Ana Camila Bernedo, médica cirujana graduada de la Universidad de San Martín de Porres que actualmente trabaja en la Clínica Sanna, sede La Molina, nos proporcionó una visión integral de la cultura organizacional y los procesos internos de la clínica. Según Bernedo (2024), la clínica cuenta con un ambiente laboral positivo y colaborativo, donde tanto médicos generales como especialistas, técnicos y enfermeras trabajan en conjunto para brindar una atención integral a los pacientes. La comunicación fluida y continua entre los diferentes profesionales de la salud es fundamental para coordinar turnos y derivaciones de pacientes, lo que contribuye a un ambiente de trabajo tranquilo y flexible.

En cuanto a la estructura jerárquica, la Dra. Bernedo explicó que cada sede de la clínica tiene su propia directora, quien se encarga de la gestión diaria y la coordinación con el gerente de todo Sanna, responsable de todas las sedes. Además, el personal administrativo, que incluye áreas como admisión y atención al cliente, juega un papel crucial en el funcionamiento de la Clínica. La relación entre el personal médico y administrativo es cercana y colaborativa, facilitando la resolución de problemas y la mejora continua de los servicios (Bernedo, 2024).

Los procesos de atención al paciente están bien definidos y se apoyan en plataformas tecnológicas que permiten la gestión eficiente de citas y la actualización de historias clínicas. Los pacientes pueden sacar citas a través de un aplicativo o directamente en la plataforma de admisión, y los médicos acceden a una plataforma donde pueden ver y actualizar la historia clínica de los pacientes. Bernedo sugiere la implementación de correos corporativos para separar la comunicación laboral de la personal y mejorar la eficiencia en la distribución de información. Además, destaca la importancia de recibir información sobre eventos y noticias de otras sedes para poder ofrecer recomendaciones más informadas a los pacientes (Bernedo, 2024).

En términos de capacitaciones, la clínica ofrece tanto sesiones grupales como personalizadas, dependiendo de la disponibilidad de los médicos. La Dra. Bernedo menciona que las capacitaciones personalizadas son más efectivas debido a la flexibilidad de horarios que tienen los médicos. También se realizan integraciones anuales y eventos

específicos para fomentar la cohesión entre el personal, aunque estas actividades suelen estar más enfocadas en el personal administrativo que en los médicos (Bernedo, 2024).

La Dra. Bernedo también abordó la importancia de la conexión entre el personal médico y administrativo. Según ella, esta interacción es esencial para garantizar una atención de calidad y resolver cualquier problema que pueda surgir con los pacientes. La clínica cuenta con un sistema interno que permite a los médicos y al personal administrativo acceder a la información de los pacientes y actualizar sus datos, lo que facilita la coordinación y el seguimiento de los tratamientos (Bernedo, 2024).

Además, la Dra. Bernedo destacó la necesidad de mejorar la comunicación y la integración entre las diferentes sedes de la clínica para fortalecer la cultura organizacional y asegurar que todos los colaboradores estén alineados con los valores y objetivos de la empresa. La implementación de sistemas y procesos más eficientes podría contribuir a una mejor coordinación y a la mejora continua de los servicios ofrecidos a los pacientes (Bernedo, 2024).

Finalmente, en cuanto a la estructura administrativa, la clínica cuenta con un administrador y un área contable que trabajan en la misma sede. La comunicación entre el personal médico y administrativo se realiza principalmente a través de correos electrónicos y WhatsApp, con la directora de la clínica actuando como intermediaria para distribuir información relevante a los médicos. Sin embargo, la Dra. Bernedo sugiere la implementación de correos corporativos para separar la comunicación laboral de la personal y mejorar la eficiencia en la distribución de información (Bernedo, 2024).

## **2.2 Mapeo de Públicos Internos en Clínica Nacional**

Clínica Nacional cuenta con un total de 2,873 colaboradores distribuidos entre las direcciones médicas y administrativas. A continuación, se presenta un mapeo detallado de los públicos internos, destacando sus roles y responsabilidades:

## Dirección Médica

La Dirección Médica es responsable de la asistencia médica en todas las sedes de la clínica. Está conformada por los siguientes actores:

Actor	Descripción
Director Médico	Responsable de supervisar y coordinar toda la actividad asistencial en las diferentes sedes.
Médicos especialistas	Profesionales capacitados en diversas especialidades médicas, encargados de proporcionar atención especializada a los pacientes.
Enfermeras y Técnicos	Encargados de la atención directa a los pacientes, asegurando el cuidado y seguimiento de los tratamientos médicos.
Personal de apoyo asistencial	Incluye técnicos de laboratorio, radiólogos y otros profesionales de salud que apoyan la realización de pruebas diagnósticas y tratamientos.

*Tabla 1: Organigrama y funciones de la dirección médica*

*Elaboración propia*

La Dirección Médica de Clínica Nacional abarca más de 40 especialidades médicas, siendo las más solicitadas cardiología, ginecología y medicina interna. Este equipo está compuesto por un total de 850 profesionales. Los horarios de atención son de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 6:00 p.m., y los sábados de 8:00 a.m. a 1:00 p.m. Los servicios de emergencia operan las 24 horas del día, los 7 días de la semana, incluyendo laboratorio e imágenes.

## Dirección Administrativa

La Dirección Administrativa es responsable de la organización y gestión administrativa de la clínica. Está conformada por las siguientes gerencias:

Actor	Descripción
Gerencia Central de Operaciones	Coordina las operaciones diarias de la clínica, asegurando el funcionamiento eficiente de todos los procesos
Gerencia Legal	Maneja los aspectos y regulatorios de la clínica, garantizando el cumplimiento de las normativas vigentes
Gerencia de Administración y Finanzas	Gestiona los recursos financieros y administrativos asegurando una administración eficiente y transparente
Gerencia de Desarrollo de Negocios	Encargada de la expansión y desarrollo estratégico de la clínica
Gerencia de Gestión de Personas	Responsable de la contratación, onboarding, desarrollo y bienestar del personal
Gerencia de Proyectos e Infraestructura	Supervisa los proyectos de infraestructura asegurando su correcta implementación
Gerencia de Tecnología de la Información	Gestiona los sistemas y tecnología, asegurando su correcto funcionamiento y actualización

*Tabla 2: Organigrama y funciones de la dirección administrativa*

*Elaboración propia*

### Personal Administrativo

Además de las direcciones mencionadas, Clínica Nacional cuenta con un equipo administrativo que incluye:

Actor	Descripción
Recursos humanos de cada sede	Facilita la comunicación y gestión de recursos humanos a nivel local
Personal de soporte técnico y logístico	Apoya en la implementación de proyectos y mantenimiento de la infraestructura
Equipo administrativo	Incluye secretarías, recepcionistas y personal de atención al cliente, quienes aseguran el funcionamiento diario de la clínica

*Tabla 3: Organigrama y funciones del personal administrativo*

*Elaboración propia*

### Colaboradores Temporales

Finalmente, Clínica Nacional cuenta con colaboradores temporales que apoyan en proyectos específicos, como la implementación del proyecto TECNA:

Actor	Descripción
Personal de entrenamiento	Colabora en la implementación del proyecto TECNA, asegurando que el personal reciba la capacitación necesaria
Consultores EXPERTMED	Asesoran la mejora de procesos, aportando experiencia y conocimientos especializados

*Tabla 4: Organigrama y funciones de los colaboradores temporales*

*Elaboración propia*

El mapeo de los públicos internos es crucial para desarrollar una estrategia de comunicación interna efectiva que facilite la implementación de proyectos y mejore la coordinación entre áreas. Identificar roles y responsabilidades permite diseñar mensajes y acciones específicas que fomenten una actitud positiva y colaborativa, contribuyendo al éxito organizacional.

El principal problema de Clínica Nacional es la falta de coordinación y comunicación efectiva entre la Dirección Médica y la Dirección Administrativa, lo que genera ineficiencias y una percepción negativa entre pacientes y aseguradoras. El proyecto TECNA busca resolver esto mediante un proceso único apoyado en tecnología de punta, pero enfrenta resistencia interna y desafíos culturales.

Síntomas	Causas
Percepción negativa de los pacientes y aseguradoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran número de pacientes para el personal disponible</li> <li>- Persistencia en métodos y procedimientos antiguos</li> <li>- Falta de comunicación efectiva entre las direcciones</li> </ul>
Roces continuos entre equipos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desconocimiento de los procesos administrativos por parte del staff médico y la falta de actualización en nuevas tecnologías y procedimientos</li> <li>- Desconexión de las direcciones entre la cultura real y la cultura deseada</li> </ul>
Resistencia al cambio	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de capacitación adecuada sobre nuevos proyectos y tecnologías</li> <li>- Falta de comunicación efectiva sobre los beneficios y la necesidad de los cambios</li> </ul>

*Tabla 5: Síntomas y Causas de los problemas*

*Elaboración propia*

### 2.3 Canales de Comunicación Interna

Una comunicación interna efectiva asegura que todos los miembros de la organización estén alineados con los objetivos de la organización, lo que mejora la coordinación y eficiencia operativa. Promueve la transparencia y la confianza entre los empleados, creando un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Mantener a los empleados informados y escuchados aumenta su motivación y compromiso con la organización, lo que se traduce en un mejor desempeño y lealtad. Es crucial para la implementación exitosa de cambios y nuevos proyectos, ya que asegura que todos los empleados comprendan y apoyen las nuevas iniciativas. Una comunicación interna efectiva se refleja en una mejor atención al cliente, ya que los empleados están mejor informados y coordinados para ofrecer un servicio de calidad. Finalmente, fomenta un flujo constante de ideas y *feedback*, lo que facilita la innovación y mejora continua dentro de la organización.

Clínica Nacional cuenta con los siguientes canales de comunicación interna:

Canal	Propósito
Intranet y Workplace	Compartir información y recursos
Correo	Medio oficial de comunicación
WhatsApp	Medio más eficaz, aunque no es oficial

*Tabla 6: Canales de Comunicación y Propósito*

*Elaboración propia*

## 2.4 Análisis FODA

	<p>Fortalezas (F)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clínica Nacional, fundada en 1964, tiene una larga historia y es reconocida como una de las mejores clínicas privadas</li> <li>- Ofrece más de 40 especialidades</li> <li>- Tiene convenios con todas las principales aseguradoras del Perú</li> </ul>	<p>Debilidades (D)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Descoordinación entre la dirección médica y administrativa, que afecta la percepción de los pacientes y los aseguradores</li> <li>- Resistencia de los colaboradores a los horarios de entrenamiento de TECNA</li> <li>- Persistencia de procesos administrativos antiguos que generan roces</li> </ul>
<p>Oportunidades (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementación de TECNA, que busca la mejora de procesos internos</li> <li>- Ampliar servicios existentes</li> <li>- Plan de comunicación interna eficiente que resuelva los problemas de coordinación y mejore el clima laboral</li> <li>- Fortalecer la marca y</li> </ul>	<p>FO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechar la buena reputación de Clínica Nacional para la implementación de TECNA, destacando cómo mejorará aún más la calidad del servicio</li> <li>- Promocionar la amplia gama de servicios en el marco del aniversario 60 reforzando la imagen de</li> </ul>	<p>DO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar un plan de comunicación interna efectivo para resolver los problemas de coordinación entre la dirección médica y la administrativa</li> <li>- Desarrollar estrategias de gestión del cambio para reducir la resistencia interna y</li> </ul>

<p>lealtad de los colaboradores y pacientes durante el aniversario de 60 años de la clínica</p>	<p>la clínica como líder en el sector</p>	<p>facilitar la implementación del proyector TECNA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechar el aniversario 60 de la Clínica para alinear la cultura deseada con la cultura real</li> </ul>
<p>Amenazas (A)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Competencia en el sector salud</li> <li>- Quejas de pacientes y aseguradores</li> <li>- Resistencia al proyecto TECNA</li> </ul>	<p>FA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer los convenios con aseguradoras para asegurar un flujo constante de pacientes y contrarrestar la competencia</li> <li>- Aprovechar los valores para mejorar la percepción de los pacientes y aseguradoras, implementando campañas de comunicación que resalten la empatía y la integridad</li> </ul>	<p>DA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Abordar la descoordinación interna para mejorar la percepción de los pacientes y aseguradoras, evitando quejas y mejorando la documentación</li> <li>- Implementar programas de formación y comunicación para reducir la resistencia al cambio y asegurar el éxito del proyecto TECNA</li> <li>- Modernizar los procesos administrativos para aumentar la eficiencia y competir mejor en el sector salud</li> </ul>

*Tabla 7: Análisis FODA*

*Elaboración propia*

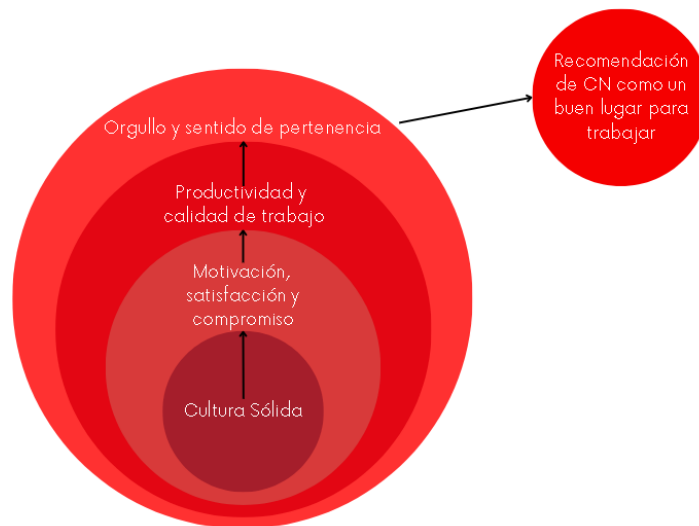


### **3. FUNDAMENTACIÓN PROFESIONAL**

En la situación actual de Clínica Nacional, es necesario implementar un plan de comunicación interna con el fin de destacar la importancia del trabajo integral entre los colaboradores administrativos y el personal médico, fomentando así una cultura de empatía y de servicio al cliente. Además, se propone una campaña de lanzamiento para el proyecto TECNA en donde se brinde información clave y capacitaciones constantes para mejorar el flujo de trabajo.

El objetivo general es fomentar una cultura de colaboración y empatía entre las Direcciones Médica y Administrativa para asegurar una implementación exitosa del proyecto TECNA. Para fomentar una cultura organizacional sólida, es fundamental que ambas direcciones trabajen de manera armoniosa y colaborativa. Este enfoque no solo mejorará la motivación, satisfacción y compromiso de los empleados con la empresa, sino que también incrementará su productividad y la calidad de su trabajo. Además, se potenciará su desarrollo profesional, lo que contribuirá a un crecimiento integral tanto a nivel individual como colectivo.

Al alcanzar estos objetivos, los empleados sentirán un mayor orgullo y sentido de pertenencia hacia su lugar de trabajo. Este sentimiento positivo se traducirá en una recomendación activa de Clínica Nacional como un excelente lugar para trabajar, extendiéndose entre su círculo cercano, amigos y familiares. De esta manera, se fortalecerá la reputación de la clínica y se atraerá a nuevos talentos, creando un ciclo virtuoso de mejora continua y éxito organizacional.



*Figura 1: ¿Qué genera una cultura organizacional sólida?*

*Elaboración propia*

Para esto es necesario entender el comportamiento organizacional actual. El cual, según Griffin, R. W., Phillips, J. M., Gully, S. M, (2020), estudia el comportamiento humano en contextos organizacionales, la conexión entre el comportamiento humano y la organización, y la organización en sí misma. (p.4)

En el caso de Clínica Nacional, el personal médico considera que el personal administrativo carece de los conocimientos necesarios, mientras que el personal administrativo ve al staff médico como arrogante y difícil de coordinar.

Por esto, se busca transformar la cultura corporativa, a través de la implementación del propósito y fortalecimiento de los valores, creando así mismo un clima laboral saludable, en donde se fomente un entorno de colaboración y comprensión mutua, donde cada miembro de la empresa reconoce y valora el papel fundamental que desempeña cada equipo en el logro de los objetivos comunes, promoviendo así sinergia efectiva que impulse el éxito colectivo.

Un factor fundamental en este proceso de transformación es el apoyo continuo de los líderes, quienes son las personas encargadas de cascadear la información necesaria a sus equipos y apoyarlos en este proceso de migración.

Los líderes de una organización desempeñan un papel activo en la formación y reforzamiento del clima y la cultura organizacional. Los líderes determinan qué se debe atender, medir y controlar; participan en los incidentes críticos y las crisis empresariales; planifican la enseñanza y el adiestramiento y establecen los criterios para el reclutamiento, selección, promoción, jubilación y segregación de los empleados. (Santillán Marroquín, W. E., Paredes García, H. E., Mera Manotoa, H. P., & Santillán Vieira, J. F. 2019. p.72).

### **3.1 Propuesta Narrativa**

La propuesta Narrativa que se trabajará para el despliegue de la campaña será “Todos Somos TECNA” que tendrá como objetivo difundir a todos los colaboradores de Clínica Nacional qué es “TECNA”, para qué sirve, por qué es importante usarlo, los beneficios que traerá para la organización y cómo usarlo correctamente. Este concepto reforzará la idea de comunidad y el trabajo en equipo para el logro de un objetivo en equipo.

Para poder lograr esto, se tuvo en cuenta nuestro público interno que se divide en administrativos y médicos. Teniendo en cuenta que el 69% de médicos en el Perú son varones y la edad promedio es 50.2 años, y de estos el 24% tiene entre los 60 y 69 años. (Manuel N. 2019). Además, tomando en cuenta lo mencionado por la Dra. Erika Echegaray, es importante conectar con los médicos desde lo emocional, teniendo en consideración que muchos de ellos son personas de edad, por lo cual, es importante no suponer que ellos ya saben de tecnología, sino que hay que darles información de rápido consumo y capacitaciones más personalizadas.

Por tal motivo, se decidió usar la figura retórica de la personificación.

Se plantea en una primera instancia que la personificación, entendida como la ficción retórica que presenta a una entidad no humana como si fuera humana...En segunda instancia, se trata de mostrar la expresión de la personificación a partir de la gramática española, tanto en el nivel oracional como en el textual. Por último, se propone que esta figura presenta en el discurso literario cuatro

funciones: ornato, concreción de ideas o entidades, creación de personajes y la formación de un mundo ficticio. (Galicia David, 2002, p.1)

De esta manera, se le dará una personalidad a “TECNA”, con la finalidad de que la identificación sea más sencilla e inmediata. Al darle características, voz propia, sentimientos y formas de actuar y comportarse la recordación será más efectiva y la información más sencilla de procesar. Según Moreno Rafa (2024) esta mejora la conexión emocional, ya que los personajes se vuelven más persuasivos y resonantes; y los consumidores tienden a formar vínculos emocionales más fuertes.

Es por ello, que se presentará a TECNA:

T: Tecnología

E: Eficiencia

C: Conexión

N: Networking

A: Agilidad

La innovadora plataforma tecnológica que se transforma en un aliado indispensable tanto en laptops como en dispositivos móviles. Representada como una superheroína con personalidad y voz femenina, “TECNA” viste un icónico traje rojo y antifaz. Su misión es conectar a Clínica Nacional, facilitando los procesos de documentación y convirtiéndose en la herramienta perfecta para optimizar la eficiencia y productividad.

Esta propuesta creativa es presentada como una primera versión en *animatic*, teniendo en cuenta que este no será el video final, ya que se estará presupuestando una productora que se encargará de producir, ejecutar y animar el video para su lanzamiento. El video final tendrá que contar con la presencia de doctores de la Clínica y personal administrativo, el único personaje animado permitido es la superheroína TECNA. De esta manera, los colaboradores podrán generar una conexión emocional más profunda y sentido de pertenencia.

En el caso de las piezas gráficas se utilizará al personaje animado TECNA, con la finalidad de crear recordación y asociación de marca, utilizando su imagen para atraer la atención del público interno y generar un vínculo emocional a través de su identidad visual.

La propuesta "Todos Somos TECNA" se distingue de las campañas comunicacionales internas tradicionales en servicios de salud como clínicas y hospitales por varios aspectos. Uno de ellos es la personificación de la plataforma tecnológica TECNA como una superheroína. Esta estrategia conecta emocionalmente, facilita la comprensión y la recordación. Además, busca capturar la atención de los médicos y administrativos, considerando su edad, género y necesidades específicas. La integración de colaboradores en el video fomenta un sentido de comunidad y trabajo en equipo, mientras que las capacitaciones personalizadas y el consumo de información rápido se adaptan a las necesidades de los colaboradores.

### **3.2 Plan de Comunicación Interna**

#### **3.2.1 Objetivos del Plan de Comunicación y Metas**

Se plantearon 3 objetivos específicos que ayudarán a alcanzar los resultados deseados, promoviendo un enfoque claro y medible en cada etapa del proyecto.

Objetivos específicos	Meta
1. Disminuir la resistencia interna y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones, mediante el impulso de una comunicación abierta, el alineamiento de objetivos comunes y la creación de sinergias estratégicas.	Disminuir la resistencia interna en un 40% y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones en un plazo de 6 meses, mediante la implementación de estrategias de comunicación abierta y alineamiento de objetivos comunes.
2. Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto “Todos Somos TECNA”, creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.	Alcanzar un nivel de involucramiento del 80% entre los líderes y colaboradores, medido a través de encuestas de satisfacción y participación en actividades relacionadas con el proyecto, asegurando que cada miembro sienta que su voz y su contribución son fundamentales para el éxito de la empresa.

3. Informar y capacitar a los colaboradores sobre el nuevo proceso y tecnología del proyecto TECNA mediante un programa integral de formación que combine sesiones teóricas y prácticas.	Alcanzar un 80% de participación en las capacitaciones en un periodo de 3 meses después de su lanzamiento, con un nivel de satisfacción del 90% a través de encuestas post-capacitación.
--	--

Tabla 8: *Objetivos del Plan de Comunicación y Metas*

*Elaboración propia*

**3.2.2 Mensajes para el Plan de Comunicación Interna**

Se busca incorporar la palabra "poder" en los mensajes clave, destacando la capacidad extraordinaria que tienen los colaboradores para transformar y alcanzar grandes logros. Este concepto se vincula directamente con nuestra propuesta creativa de personificar a TECNA como una superheroína, quien encarna la fuerza y habilidad para superar desafíos. A través de este enfoque, no solo reforzamos el empoderamiento de cada miembro del equipo, sino que también alineamos el mensaje con el propósito y los valores fundamentales de la organización, fortaleciendo la cultura interna y creando un sentido de pertenencia y misión compartida que inspira a todos a dar lo mejor de sí mismos.

<b><u>Mensaje principal:</u></b> ¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.		
<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Mensajes claves</b>
1. Disminuir la resistencia interna y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones, mediante el impulso de una comunicación abierta, el alineamiento de objetivos comunes y la creación de sinergias estratégicas.	1. Crear un propósito que inspire a los colaboradores, generando un sentido de pertenencia y motivación compartida, y enfatizar el valor del trabajo en equipo como una herramienta clave para alcanzar objetivos comunes	¡Todos Somos CN!  JUNTOS seguiremos trabajando para cumplir nuestro propósito: <b>“Cuidar la salud, cultivar la vida”</b> .
	2. Crear espacios de comunicación transparente y constante, donde la información fluya de manera clara y accesible para todos, fomentando la confianza y la colaboración entre los equipos.	¡Nuestro poder está en la conexión! Trabajando JUNTOS lograremos <b>“Cuidar la salud, cultivar la vida”</b> .
	3. Implementar actividades	¡La comunicación es el poder

	<p>estratégicas de team building y conexión diseñadas específicamente para líderes, con el objetivo de fortalecer sus habilidades de liderazgo colaborativo, mejorar la toma de decisiones en equipo y fomentar una cultura de apoyo mutuo.</p>	<p>más fuerte!</p> <p>Nuestro liderazgo es un súper poder que inspira, transforma y lleva a nuestro equipo a alcanzar lo extraordinario</p>
<p>2. Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto “Todos Somos TECNA”, creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.</p>	<p>1. Presentar el proyecto “Todos Somos TECNA” a los líderes y capacitarlos de manera integral, asegurando que comprendan su importancia, objetivos y beneficios, para que puedan transmitirlo efectivamente a sus equipos.</p>	<p>¡Todos Somos TECNA!</p> <p>¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p> <p>¡Impulsa a tu equipo en este cambio, tu liderazgo es un súper poder!</p>
	<p>2. Informar a todos los colaboradores sobre el proyecto TECNA y los significativos beneficios que aportará a la empresa, asegurando que cada miembro comprenda su relevancia y el impacto positivo en su trabajo diario</p>	<p>TECNA: ¡Mi misión es mantener a Clínica Nacional más conectada!</p> <p>¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
	<p>3. Implementar un innovador canal de comunicación interna en formato de podcast, diseñado para conectar con los colaboradores de manera inmediata y dinámica.</p>	<p>¡Hola, Clínica Nacional! Soy TECNA, tu superhéroe tecnológico</p> <p>TECNA: Mi misión es mantener a Clínica Nacional más conectada, transformando la gestión de la información y optimizando los procesos de documentación para que todo fluya sin interrupciones</p> <p>Nos vemos en la próxima misión y recuerda que</p>

		<p>¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>3. Informar y capacitar a todos los colaboradores sobre el nuevo proceso y la tecnología del proyecto TECNA, asegurando que cada miembro del equipo comprenda su funcionamiento y cómo impactará positivamente su labor diaria.</p>	<p>1. Establecer horarios flexibles y personalizados para brindar capacitaciones a médicos y colaboradores, asegurando que cada uno reciba el apoyo necesario para dominar el nuevo proceso y la tecnología de TECNA</p>	<p>¡Súmate a las capacitaciones y aprende cómo usar TECNA! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p>
	<p>2. Implementar un sistema de recompensas y premios para motivar y reconocer el esfuerzo y los logros de los colaboradores en la adopción y uso del software TECNA.</p>	<p>¡Tu aprendizaje será recompensado! Únete a tu equipo y conviértanse en uno de los 5 primeros grupos en completar sus capacitaciones. ¡Los ganadores recibirán increíbles premios como una Alexa, un smartwatch y muchos más!</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
	<p>3. Proporcionar una guía y soporte técnico integral que ofrezca asistencia continua y recursos prácticos, asegurando que todos los colaboradores se sientan respaldados en su desarrollo y en la adopción de TECNA.</p>	<p>¿Tienes dudas? Te ayudamos. Comunícate con el soporte técnico: extensión 1234 o al correo <a href="mailto:SoporteTECNA@ClínicaNacional.com.pe">SoporteTECNA@ClínicaNacional.com.pe</a></p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
	<p>4. Fomentar un ambiente de feedback constructivo y continuo que permita a los colaboradores recibir y ofrecer comentarios de manera abierta que facilite la identificación de áreas de mejora.</p>	<p>¡Tu feedback nos ayuda a mejorar!</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>

Tabla 9: Mensajes para el Plan de Comunicación de Interna

Elaboración propia

### 3.2.3 Matriz estratégica del plan de comunicación

<b>Objetivo específico 1:</b> <i>Disminuir la resistencia interna y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones, mediante el impulso de una comunicación abierta, el alineamiento de objetivos comunes y la creación de sinergias estratégicas.</i>				
<b>Meta:</b>	Disminuir la resistencia interna en un 40% y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones en un plazo de 6 meses, mediante la implementación de estrategias de comunicación abierta y alineamiento de objetivos comunes			
<b>Estrategia 1.1</b>	Crear un propósito que inspire a los colaboradores, generando un sentido de pertenencia y motivación compartida, y enfatizar el valor del trabajo en equipo como una herramienta clave para alcanzar objetivos comunes			
<b>Indicador:</b>	Porcentaje de colaboradores que reportan sentirse inspirados y alineados con el propósito organizacional Porcentaje de aumento en las actividades colaborativas o iniciativas en equipo			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Convocatoria a líderes para presentar y compartir la creación de un nuevo propósito que impulsará la visión	Líderes de Clínica Nacional como: Director Médico, Gerente Central de Operaciones, Gerente Legal, Gerente Administración y Finanzas, Gerente Desarrollo de	Reunión de comité presencial en la sede administrativa. - Una única sesión	El CEO de la Clínica junto con el área de CI convocarán un reunión en donde se hablará sobre la resistencia interna de ambas direcciones. Por lo cual se ha propuesto la creación de un nuevo propósito que inspire a los colaboradores y los motive	JUNTOS seguiremos trabajando para cumplir nuestro propósito: “Cuidar la salud, cultivar la vida”.  ¡Todos Somos CN!

	<p>Negocios, Gerente de Gestión de Personas, Gerente de Proyectos e Infraestructura y Gerente de Tecnología de la Información</p>		<p>a lograr un mismo objetivo</p> <p>A través de una presentación se mencionará el propósito: “Cuidar la salud, cultivar la vida”.</p> <p><b>Cuidar la salud:</b> Atención médica y los servicios que ofrece la Clínica Nacional para proteger y mejorar la salud física y mental de los pacientes.</p> <p><b>Cultivar la vida:</b> La salud no solo se trata de curar enfermedades, sino también de fomentar el bienestar, la calidad de vida y el crecimiento personal.</p> <p>Además, se mencionará cómo este propósito debe ir siempre acompañado de los 5 valores.</p> <p>Se les pedirá a los líderes cascadear esta nueva propuesta con sus equipos.</p>		
2. Redactar un	Todos	los	Mailing - Una	Este correo será realizado	¡Hola Equipo!

<p>mensaje inspirador del CEO dirigido a todos los colaboradores, anunciando y compartiendo el nuevo propósito de la organización.</p>	<p>colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>vez</p>	<p>por el área de CI en donde se mencionará el nuevo propósito explicando que es lo que busca alcanzar. Este mail saldrá desde el buzón de Comunicación Interna, pero tendrá la firma del CEO y una oportunidad para conectar directamente con el equipo, transmitir la visión renovada y motivar a cada colaborador a unirse con entusiasmo en este nuevo capítulo lleno de posibilidades.</p>	<p>Hoy es un día especial que marcará el comienzo de una nueva y transformadora etapa para Clínica Nacional.</p> <p>Hoy damos vida a nuestro propósito, que guiará cada acción y decisión:</p> <p>“Cuidar la salud, Cultivar la vida”</p> <p><b>Cuidar la salud:</b> Hace referencia a la atención médica y los servicios que ofrece la Clínica Nacional para proteger y mejorar la salud física y mental de los pacientes.</p> <p><b>Cultivar la vida:</b> Es una metáfora que sugiere que la salud no solo se trata de curar enfermedades, sino también de fomentar el bienestar, la calidad de vida y el crecimiento personal.</p>
--	--	------------	---	---

				<p>Los invito a vivir intensamente nuestro propósito cada día y a hacerlo suyo con pasión y compromiso. ¡Trabajando en equipo lograremos lo extraordinario!</p> <p>¡Todos Somos CN!</p> <p>Un abrazo, CEO</p>
3. Renovar la cabecera de Workplace y la intranet para reflejar con orgullo nuestro nuevo propósito	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Cabecera Workplace y intranet- Una vez durante todo el primer mes	Se creará una cabecera para el front de la comunidad en workplace y también el primer banner de la intranet que funcionará como recordatorio constante de nuestro compromiso, inspirando a todos a vivir el propósito en cada interacción y tarea diaria.	Vivamos JUNTOS nuestro propósito: “Cuidar la salud, Cultivar la vida”
4. Definir un nuevo lineamiento de voz y tono en nuestra comunicación,	Área de Comunicación interna, externa y Marketing	Reunión presencial - Una vez	Se creará un comité presencial en donde participe el área de comunicaciones. Aquí se transmitirá los nuevos lineamientos de tono y voz	En Clínica Nacional, nos comunicamos con un enfoque optimista y realista, siempre hablando como una verdadera comunidad.

<p>porque la manera en que hablamos refleja nuestra esencia y cómo nos presentamos ante el mundo.</p>			<p>de comunicación, se mostrarán ejemplos actualizados en el manual de marca y la importancia de reforzar mensajes claves en las futuras comunicaciones</p>	<p>Reforzar mensajes como JUNTOS es esencial para fortalecer nuestro espíritu colaborativo. Al destacar la palabra JUNTOS, enfatizamos que cada uno de nosotros es parte fundamental de la organización tomando una posición activa y empoderada.</p>
<p>5. Post en workplace sobre la importancia del trabajo en equipo, tips, ejemplos de conductas</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Workplace - Una vez cada Quarter</p>	<p>Se crearán publicaciones que resalten el poder de nuestra comunidad y la importancia del trabajo en equipo como pilares esenciales para alcanzar nuestras metas y vivir nuestro propósito en Clínica Nacional.</p>	<p>¿Sabías que los equipos que trabajan juntos son más capaces de adaptarse a los cambios y superar desafíos, ya que pueden apoyarse mutuamente en momentos difíciles? Vivamos JUNTOS nuestro propósito: “Cuidar la salud, Cultivar la vida”  ¡Todos Somos CN!</p>
<p><b>Estrategia 1.2:</b></p>		<p>Crear espacios de comunicación transparente y constante, donde la información fluya de manera clara y accesible para todos, fomentando la confianza y la colaboración entre los equipos.</p>		

<b>Indicador:</b>	Nivel de participación activa en reuniones y calidad del feedback recibido, lo que reflejará un entorno de confianza y apertura.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Implementar reuniones mensuales híbridas con el CEO, donde todos los colaboradores, tanto presenciales como remotos, puedan interactuar de manera directa y participar activamente.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Reuniones híbridas - Una vez cada mes	Se establecerán reuniones mensuales con el CEO de la empresa, llamado “Todos Somos CN”. En este evento se invitará tanto al staff médico como al administrativo para poder compartir el propósito, valores y las noticias e iniciativas de ambas partes. Se mencionará los logros obtenidos por ambos lados y cómo estos impactan positivamente en la organización y en la vida de los peruanos. Es importante conectar todo el discurso con el propósito organizacional. Contendrá las siguientes secciones:  - Propósito y estrategia	Bienvenidos a otro “Todos Somos CN  ¡Nuestro poder está en la conexión! Trabajando JUNTOS lograremos <b>“Cuidar la salud, cultivar la vida”</b>  Es importante celebrar y reconocer cada logro de Clínica y ver como cada vez estamos más conectados a nuestro propósito  ¡Todos Somos CN!

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos ingresos de líderes y ascensos de colaboradores</li> <li>- ¿Qué pasó en Clínica Nacional?</li> <li>- ¿Qué es lo que vendrá?</li> <li>- Reconocimiento de equipos por cumplimiento de objetivos alineados a los valores</li> <li>- Aniversarios</li> <li>- Testimonio de clientes</li> </ul>	
<p>2. Organizar desayunos mensuales con los equipos más destacados junto al CEO, con el fin de crear un espacio de reconocimiento, cercanía y diálogo abierto.</p>	<p>Equipos destacados alineados a los valores en el evento mensual del CEO</p>	<p>Reuniones presenciales - Una vez cada mes, después de terminada cada reunión mensual con el CEO</p>	<p>En las reuniones mensuales con el CEO se mencionará a los equipos destacados por el cumplimiento de sus objetivos alineados a los valores. Una vez terminada la reunión les llegará un correo invitándolos a los desayunos mensuales.</p> <p>Estos encuentros no solo celebrarán los logros alcanzados, sino que también fomentarán la motivación y el intercambio de ideas,</p>	<p>Queremos reconocer a cada uno de ustedes por el cumplimiento de sus iniciativas cada vez más alineadas a nuestro propósito y valores.</p> <p>¡Nuestro poder está en la conexión! Trabajando JUNTOS lograremos <b>“Cuidar la salud, cultivar la vida”</b></p>

			fortaleciendo el sentido de pertenencia y colaboración en toda la organización.	
3. Crear las Olimpiadas Clínica Nacional 2024, un espacio de integración y celebración que une a todos nuestros colaboradores en un ambiente de camaradería, competencia amistosa y bienestar.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Una vez al año durante todo el mes de diciembre celebrando el aniversario de Clínica Nacional	Se organizarán torneos de distintos deportes como fútbol, vóley, básquet, maratones, para los más jóvenes y deportes y actividades para la personas mayores de edad como ajedrez, tenis, clases de baile, etc. Este espacio será de ayuda para la confraternización, abrirá el diálogo y muchos colaboradores podrán conocerse, esto a largo plazo, romperá sesgos, prejuicios y permitirá que las coordinaciones sean cada vez más eficaces y fluidas.	¡Celebremos el aniversario de Clínica Nacional!  ¡Nuestro poder está en la conexión! Trabajando JUNTOS lograremos <b>“Cuidar la salud, cultivar la vida”</b>  ¡Todos Somos CN!
4. Elaborar post en workplace incentivando a los colaboradores a reconocer por este medio.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Workplace - Una vez cada Quarter	Establecer un espacio de reconocimiento diario en Workplace, donde cada logro y esfuerzo sea celebrado y valorado en tiempo real.	¡Reconozcamos a nuestros compañeros cada día por su dedicación y esfuerzo en convertir a Clínica Nacional en el mejor lugar para trabajar!

				¡Todos Somos CN!
<b>Estrategia 1.3:</b>	Implementar actividades estratégicas de team building y conexión diseñadas específicamente para líderes, con el objetivo de fortalecer sus habilidades de liderazgo colaborativo, mejorar la toma de decisiones en equipo y fomentar una cultura de apoyo mutuo.			
<b>Indicador:</b>	Evaluar la mejora en la comunicación interdepartamental, el nivel de cohesión del equipo y la efectividad en la toma de decisiones, medidos a través de encuestas de satisfacción y resultados en proyectos conjuntos.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Establecer espacios de comunicación abierta cada mes, donde todos los líderes puedan compartir y discutir las iniciativas que se están implementando en cada área	Director Médico y sus reportes por cada sede y las cabezas por cada gerencia de la Dirección Administrativa	Reuniones presenciales - Cada quincena del mes	Estos foros fomentarán un diálogo enriquecedor y colaborativo, permitiendo a los líderes compartir aprendizajes, impulsar sinergias y alinear estrategias. Al crear un ambiente de confianza y apertura, fortaleceremos la cohesión del liderazgo y potenciará el impacto de las iniciativas en toda la organización. Por otro lado, se realizarán ejercicios de team building (Anexo 3)	¡La comunicación es el poder más fuerte!  Nuestro liderazgo es un súper poder que inspira, transforma y lleva a nuestro equipo a alcanzar lo extraordinario  ¡Todos Somos CN!

<p>2. Establecer un grupo de difusión de WhatsApp para líderes, que incluya a coordinadores, jefes, subgerentes, gerentes y más, creando un canal ágil y efectivo de comunicación y colaboración.</p>	<p>Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y coordinadores de Clínica Nacional</p>	<p>WhatsApp Líderes - Única vez</p>	<p>Estos grupos de difusión estarán bajo la responsabilidad del área de Comunicación Interna (CI), quienes compartirán información valiosa y actualizada de la organización para que los líderes puedan transmitir las novedades a sus equipos de manera efectiva. Al fomentar un diálogo constante y dinámico, crearemos un entorno de transparencia y colaboración que beneficiará a toda la organización, asegurando que cada miembro esté informado y alineado con nuestras metas y objetivos</p>	<p>¡La comunicación es el poder más fuerte!</p> <p>Nuestro liderazgo es un súper poder que inspira, transforma y lleva a nuestro equipo a alcanzar lo extraordinario</p> <p>¡Comparte la información con tu equipo! ¡Todos Somos CN!</p>
<p>3. Crear contenido atractivo y útil para WhatsApp que proporcione a los líderes consejos prácticos para optimizar la</p>	<p>Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y coordinadores de Clínica Nacional</p>	<p>WhatsApp - Máximo 8 noticias por mes (2 noticias a la semana) para evitar la saturación</p>	<p>Con estas piezas informativas se busca compartir tips, indicadores de cultura, encuestas obligatorias, cursos regulatorios. Lo cual fomentará una cultura de aprendizaje continuo y desarrollo. Al empoderar a nuestros líderes con</p>	<p>¡La comunicación es el poder más fuerte!</p> <p>Nuestro liderazgo es un súper poder que inspira, transforma y lleva a nuestro equipo a alcanzar lo extraordinario</p>

gestión de sus equipos.			recursos valiosos, fortaleceremos la capacidad de cada equipo para alcanzar su máximo potencial y lograr resultados excepcionales	¡Comparte la información con tu equipo! ¡Todos Somos CN!
-------------------------	--	--	---	--

Tabla 10: Objetivos específico 1 y Estrategia 1.1, 1.2 y 1.3

Elaboración propia

<b>Objetivo específico 2:</b> Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto “Todos Somos TECNA”, creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.				
<b>Meta:</b>	Alcanzar un nivel de involucramiento del 80% entre los líderes y colaboradores, medido a través de encuestas de satisfacción y participación en actividades relacionadas con el proyecto, asegurando que cada miembro sienta que su voz y su contribución son fundamentales para el éxito de la empresa.			
<b>Estrategia 2.1</b>	Presentar el proyecto “Todos Somos TECNA” a los líderes y capacitarlos de manera integral, asegurando que comprendan su importancia, objetivos y beneficios, para que puedan transmitirlo efectivamente a sus equipos.			
<b>Indicador:</b>	Medir el nivel de comprensión y confianza de los líderes a través de encuestas , donde al menos el 90% de los líderes expresen claridad sobre la iniciativa, su modo de uso y su compromiso para implementarla en sus respectivos equipos.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal Frecuencia</b>	<b>y Cómo</b>	<b>Mensajes</b>

<p>1. Presentar a TECNA y sus beneficios, creando un espacio de colaboración y diálogo estratégico.</p>	<p>Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y coordinadores de Clínica Nacional</p>	<p>Reunión presencial - Una vez</p>	<p>El CEO de la Clínica junto con un representante de EXPERTMED y el área de CI convocarán una reunión de comité en donde TECNA será presentada primero a todos los líderes de Clínica Nacional, tanto al Director Médico como a los líderes administrativos. Es importante contar con su aprobación y alianza para luego poder cascadear esta información a nivel organizacional. Para esto se realizará una reunión de comité junto con el CEO de Clínica para poder contarles acerca de la noticia. En este espacio se hablará a profundidad acerca de TECNA: qué es, cuáles son los beneficios que traerá, cómo funciona, etc.</p>	<p>¡Todos Somos TECNA!          ¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.          ¡Impulsa a tu equipo en este cambio, tu liderazgo es un súper poder!</p>
<p>2. Programar reuniones personalizadas con cada líder, asignando un experto de TI</p>	<p>Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y coordinadores de Clínica Nacional</p>	<p>Sesiones virtuales de 120 min - 2 a la semana durante el primer mes, ya que serán</p>	<p>El área de CI agendará a los líderes para que puedan asistir a sus sesiones virtuales, es importante conversar previamente con ellos asegurando su</p>	<p>¡Tu capacitación es fundamental para garantizar el éxito del proyecto y el crecimiento de la organización! Eres una</p>

que los acompañe, donde se llevará a cabo una clase magistral individual.		sesiones intensivas	participación en las capacitaciones.  Las reuniones serán personalizadas con el fin de asegurar un entendimiento total del proyecto y estarán a cargo de un experto de TI.	pieza clave en este proceso.  ¡Impulsa a tu equipo en este cambio, tu liderazgo es un súper poder!  ¡Todos Somos TECNA!
3. Elaborar un mail de feedback en el que todos puedan compartir sus comentarios y sugerencias de mejora, tanto sobre la capacitación como sobre el software.	Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y coordinadores de Clínica Nacional	Mailing - Una vez terminada las dos sesiones semanales durante el primer mes	El área de CI enviará un mail de feedback a los líderes que pasaron por las capacitaciones. Este espacio de retroalimentación no solo permitirá recoger insights esenciales para optimizar nuestras herramientas y procesos, sino que también demostrará nuestro compromiso con la mejora continua y la satisfacción de todos los colaboradores. Al escuchar y actuar sobre sus opiniones, fomentamos un ambiente de colaboración y crecimiento que beneficiará a toda la organización.	¡Tú opinión nos ayuda a seguir mejorando! Déjanos comentarios acerca de las capacitaciones y sobre el software.  ¡Todos Somos TECNA!
4. Enviar mensajes a los	Líderes, gerentes, subgerentes, jefes y	WhatsApp - Una vez cada 15 días	El área de CI enviará mensajes por el canal de	¡El 70% de nuestros líderes están en marcha

líderes través de WhatsApp sobre el proyecto “Juntos Somos TECNA” y su importancia crucial para la organización, tips, beneficios, etc	coordinadores de Clínica Nacional	por los primeros 3 meses	difusión de WhatsApp, ya que es el canal más efectivo en la organización. Estos mensajes no sólo informarán sobre los avances y beneficios de la iniciativa, sino que también inspirarán a todos a comprometerse y participar activamente en su implementación. Al utilizar este canal ágil y accesible, fomentaremos una cultura de transparencia y colaboración, asegurando que cada miembro del equipo esté alineado y motivado para contribuir al éxito de TECNA.	con las capacitaciones! Sigamos así, ¡Tu capacitación es fundamental para garantizar el éxito del proyecto y el crecimiento de la organización! ¡Todos Somos TECNA!
<b>Estrategia 2.2:</b>	Informar a todos los colaboradores sobre el proyecto TECNA y los significativos beneficios que aportará a la empresa, asegurando que cada miembro comprenda su relevancia y el impacto positivo en su trabajo diario.			
<b>Indicador:</b>	Medir el nivel de conocimiento y comprensión del proyecto a través de encuestas, buscando un mínimo del 80% de los colaboradores que puedan identificar los objetivos y beneficios de TECNA			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal Frecuencia</b>	<b>y Cómo</b>	<b>Mensajes</b>

<p>1. Llevar a cabo el lanzamiento de “Todos Somos TECNA” a toda la organización en el evento con el CEO, acompañado de una emocionante activación que contará con la presencia de TECNA personificada como una superheroína</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Evento mensual con el CEO “Todos Somos CN” - Única vez</p>	<p>El CEO dará la bienvenida a todos comentando que el día de hoy tendremos la visita de un personaje que cambiará las reglas de juego de la organización. Aquí presentará el proyecto “Todos Somos TECNA”. Invitará a TECNA a pasar al frente a presentarse y comentará su misión</p> <p>Se realizará una activación en el evento repartiendo stickers y flyers</p>	<p>Hola equipo, bienvenidos a otro “Todos Somos CN”</p> <p>Hoy tenemos la presencia de una invitada muy especial que transformará las reglas del juego para Clínica Nacional. En los últimos años, hemos enfrentado un desafío significativo: la necesidad de adaptarnos a un mundo cada vez más digital tras la pandemia. No podemos quedarnos atrás en esta era de innovación. Es crucial para nuestra organización mantener un crecimiento constante en tecnología. Por eso, tenemos el orgullo de presentar el proyecto “Juntos Somos TECNA”. TECNA es un software revolucionario que nos permitirá optimizar la gestión de la documentación en</p>
--	--	---	--	---

			<p>Clínica Nacional, mejorando nuestra eficiencia y la calidad de atención que brindamos a nuestros pacientes.</p> <p>Me indican que está por aquí [Sube TECNA]</p> <p>¡Hola, Clínica Nacional! Soy TECNA, tu superheroína tecnológica ¡Mi misión es mantener a Clínica Nacional más conectada! y mi principal poder es la <b>optimización</b>. Tengo la capacidad de hacer que el flujo de trabajo sea más rápido, organizado y eficiente. Cada documento, cada reporte, cada archivo, estará a tu alcance en el momento justo.</p> <p>¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica</p>
--	--	--	---

				<p>Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>2. Publicar un video en Workplace para presentar a TECNA de manera dinámica y atractiva.</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Workplace - Única vez</p>	<p>El área de CI con la colaboración de una productora, elaborarán un video dinámico en el que participarán médicos y colaboradores administrativos de Clínica Nacional. Este video representará un día típico en la clínica, donde los médicos enfrentan el desafío de necesitar información urgente para atender a sus pacientes. La complejidad y lentitud de los procesos de documentación física dificultan su labor. Aquí es donde entra TECNA, la superheroína tecnológica que transformará la manera en que trabajamos y ayudará a mantener a Clínica más conectada</p>	<p>¡Hola! Soy TECNA, tu superhéroe tecnológico, yo podré ayudarlos con toda la documentación y haré los procesos más fáciles. ¡Así mantendremos a Clínica Nacional más conectada!</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>

			Este video se presentará en forma de Animatic, pero la productora se encargará de llevarlo a otro nivel, produciendo, animando y ejecutando el proyecto con una alta calidad.	
3. Actualizar la cabecera de Workplace y el banner principal de la intranet con la imagen de TECNA y el nombre del proyecto, creando un impacto visual que capture la atención de todos los colaboradores	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Workplace y la intranet - Única vez durante 1 mes	El área de CI actualizará la cabecera del home de workplace y el banner principal de la intranet con el nombre del proyecto “Todos Somos TECNA” y con la imagen de la superheroína TECNA con el fin de seguir generando recordación.	“Todos Somos TECNA”
4. Llevar a cabo activaciones emocionantes en las que	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Activaciones presenciales en las sedes de las Clínicas y oficina	El área de CI junto con el representante de RRHH en las sedes se encargaran de realizar activaciones en	¡Hola! Soy TECNA, tu superhéroe tecnológico, yo podré ayudarlos con toda la documentación y

TECNA visitará las oficinas y sedes de la clínica, repartiendo flyers, pines y stickers para generar entusiasmo y conexión		principal - Segunda semana después del lanzamiento y cada quarter	donde TECNA se pasearán por los pisos de las distintas sedes de Clínica y la oficina central para repartir pines, flyer y sticker. Así seguir construyendo compromiso y comunidad.	haré los procesos más fáciles.  ¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.  ¡Todos Somos TECNA
<b>Estrategia 2.3:</b>	Implementar un innovador canal de comunicación interna en formato de podcast, diseñado para conectar con los colaboradores de manera inmediata y dinámica.			
<b>Indicador:</b>	Medir el nivel de participación y satisfacción de los colaboradores a través de encuestas mensuales, buscando un mínimo del 75% de los empleados que escuchen el podcast regularmente y valoren positivamente su contenido.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Grabar un podcast quincenal en el que TECNA será la voz protagonista, destacando los beneficios clave del proyecto y	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Podcast - Quincenal por un periodo de 3 mes	Se recaudará información clave sobre TECNA, incluyendo preguntas frecuentes y testimonios de ambas direcciones, con el objetivo de brindar una visión clara y completa de su impacto y beneficios. En esta primera edición del	Hola, Clínica Nacional! Soy TECNA, tu superhéroe tecnológico ¡Mi misión es mantener a Clínica Nacional más conectada!  Hoy te contaré cómo JUNTOS, podemos

<p>cómo transformará la forma de trabajar.</p>			<p>podcast, TECNA será la protagonista, con una voz femenina, enérgica y entusiasta que conectará directamente con los oyentes, transmitiendo confianza y dinamismo. Este podcast será subido a la plataforma de Microsoft Stream, asegurando fácil acceso para todos los colaboradores, convirtiéndolo en una herramienta eficaz para difundir conocimiento y fortalecer el compromiso hacia el proyecto.</p>	<p>llevar la eficiencia y la productividad de nuestra clínica a un nivel superior          ¡Gracias por escuchar! Nos vemos en la próxima misión y recuerda que ¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p>
<p>2. Lanzar pequeños previews de los próximos capítulos del podcast y publicarlos en Workplace para generar expectativa y entusiasmo entre los colaboradores.</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Workplace - Cada vez que se lancé un nuevo capítulo de podcast 3 días antes se lanzará un preview</p>	<p>El área de Ci mostrará adelantos de los temas y novedades que se abordarán, despertando curiosidad y motivando a todos a escuchar cada episodio. Al crear un ambiente de anticipación, lograremos un mayor nivel de participación e interés en los contenidos, asegurando que el podcast se convierta en un recurso clave dentro de nuestra</p>	<p>“He estado trabajando incansablemente en Clínica Nacional, y créeme, los resultados ya están dando frutos. El equipo médico, el personal administrativo y los especialistas ya están experimentando los beneficios. Pero no te lo digo solo yo, escuchemos a nuestro querido Dr. Juan Alvarado, médico</p>

			estrategia de comunicación interna.	cirujano de la Clínica”
3. Enviar recordatorios y refuerzos del podcast a través de WhatsApp para mantener a los colaboradores conectados e informados.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	WhatsApp - Cada vez que se lancé un nuevo capítulo de podcast 2 días después se lanzará un recordatorio	El área de Ci reforzará a través de un mensaje de WhatsApp el podcast. Este al ser el canal más utilizado y con mayor alcance ayudará a reforzar el podcast. Este mensaje de WhatsApp incluirá un link que redirigirá a los colaboradores a la plataforma de Stream.	¿Ya escuchaste la nueva misión de TECNA? Escuchamos que el invitado especial es nuestro querido Dr. Juan alvarado  Haz clic aquí [link]  ¡Nuestro poder está en la conexión! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.

*Tabla 11: Objetivos específico 2 y Estrategias 2.1, 2.2 y 2.3*

*Elaboración propia*

**Objetivo específico 3:** Informar y capacitar a todos los colaboradores sobre el nuevo proceso y la tecnología del proyecto TECNA, asegurando que cada miembro del equipo comprenda su funcionamiento y cómo impactará positivamente su labor diaria.

**Meta:** Alcanzar un 80% de participación en las capacitaciones en un periodo de 3 meses después de su lanzamiento, con un nivel de satisfacción del 90% a través de encuestas post-capacitación.

**Estrategia 3.1** Establecer horarios flexibles y personalizados para brindar capacitaciones a médicos y colaboradores, asegurando que cada uno reciba el apoyo necesario para dominar el nuevo proceso y la tecnología de TECNA.

**Indicador:** Medir la asistencia a través de un formulario logrando un 95% de asistencia a las capacitaciones programadas, con un 85% de los participantes reportando un aumento en su comprensión y manejo de las nuevas herramientas.

Acción	Público Interno	Canal y Frecuencia	Cómo	Mensajes
1. Enviar un correo oficial informando el inicio de las capacitaciones, invitando a todos los colaboradores a completar un formulario donde podrán seleccionar los horarios que	Todos los colaboradores de Clínica Nacional a excepción de líderes teniendo en cuenta que ellos ya fueron capacitados	Mail - única vez	El área de CI enviará un mail a todos los colaboradores a excepción de los líderes invitándolos a seleccionar el horario para recibir las capacitaciones teniendo en cuenta que debe ser en horario laboral y de asistencia obligatoria	<p>¡Súmate a las capacitaciones y aprende cómo usar TECNA! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido.</p> <p>Queremos que tu experiencia sea excepcional. Elige los horarios que mejor se</p>

<p>mejor se adapten a sus agendas.</p>				<p>adaptan a ti. Ten en cuenta que debe ser en horario laboral y de asistencia obligatoria.</p> <p>Las sesiones duran 75 minutos y serán semanales durante dos meses.</p> <p>Es fundamental que cada miembro del equipo participe, ya que esta formación les brindará las herramientas necesarias para optimizar su trabajo y contribuir al éxito del proyecto.</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>2. Segmentar a los médicos y colaboradores por rangos de edad para establecer grupos de capacitación adaptados a sus</p>	<p>Médicos y colaboradores administrativos mayores de 50 años</p>	<p>Agenda - Una vez</p>	<p>Se segmentará a los médicos y colaboradores, reconociendo que muchos de nuestros médicos y algunos colaboradores son de edad adulta y que la tecnología puede resultar un desafío. Este enfoque permitirá realizar sesiones</p>	<p>¡Súmate a las capacitaciones y aprende cómo usar TECNA! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más</p>

<p>necesidades y estilos de aprendizaje.</p>			<p>más pequeñas y personalizadas, asegurando que cada participante reciba la atención y el apoyo necesarios para dominar el nuevo software. Al adaptar la capacitación a las necesidades y ritmos de aprendizaje de cada grupo, nos aseguraremos que todos comprendan a la perfección las herramientas disponibles.</p>	<p>unido. ¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>3. Llevar a cabo capacitaciones estructuradas por secciones y apartados del software, integrando sesiones prácticas y espacios dedicados a rondas de preguntas</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional a excepción de líderes teniendo en cuenta que ellos ya fueron capacitados</p>	<p>Sesiones virtuales - 1 vez a la semana por dos meses</p>	<p>Esto facilitará la comprensión profunda de cada módulo y permitirá a los colaboradores aplicar lo aprendido en situaciones reales, fortaleciendo su confianza y competencia. Al fomentar un ambiente de interacción y diálogo, garantiremos que todas las dudas sean resueltas en tiempo real, optimizando así el aprendizaje y asegurando una transición fluida hacia el uso de TECNA</p>	<p>¡Súmate a las capacitaciones y aprende cómo usar TECNA! JUNTOS hacemos de Clínica Nacional un lugar más fuerte, más ágil, más unido. ¡Todos Somos TECNA!</p>

<b>Estrategia 3.2</b>	Implementar un sistema de recompensas y premios para motivar y reconocer el esfuerzo y los logros de los colaboradores en la adopción y uso del software TECNA.			
<b>Indicador:</b>	Evaluar el impacto de este programa mediante encuestas de satisfacción y métricas de participación, buscando alcanzar un 80% de colaboradores que se sientan motivados por el sistema de recompensas y un incremento del 50% en el uso efectivo del software.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal Frecuencia</b>	<b>y Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Elaborar un mail anunciando el nuevo sistema de recompensas.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Mail - Una única vez	El área de CI enviará un mail indicando el sistema de recompensas. Esta actividad no sólo premiará el compromiso y la colaboración, sino que también fomentará un espíritu de equipo y camaradería entre los colaboradores. Al hacer de este evento una celebración del esfuerzo conjunto, motivaremos a todos a involucrarse plenamente en el proceso de aprendizaje	¡Tu aprendizaje será recompensado! Únete a tu equipo y conviértanse en uno de los 5 primeros grupos en completar sus capacitaciones. Los ganadores recibirán increíbles premios como una Alexa, un smartwatch y muchos más!  ¡Todos Somos TECNA!
2. Enviar mensajes por WhatsApp semanalmente para comunicar	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	WhatsApp - Una vez a la semana por 2 meses que es el periodo que duran las	El área de CI enviará mensajes los días viernes indicando el ranking por áreas y sedes con la finalidad de incentivar la	¡Conoce el ranking de las capacitaciones de TECNA!  ¡Tu aprendizaje será

<p>los rankings por áreas y sedes, manteniendo a todos informados sobre el progreso y la participación en las capacitaciones.</p>		<p>capacitaciones</p>	<p>sana competencia y compromiso por completar las capacitaciones.</p> <p>Habrà 5 áreas ganadores para la dirección Administrativa y una sede ganadora para la Dirección Médica</p>	<p>recompensado! Únete a tu equipo y conviértanse en uno de los 5 primeros grupos en completar sus capacitaciones. Los ganadores recibirán increíbles premios como una Alexa, un smartwatch y muchos más!</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>3. Enviar un correo comunicando las 5 áreas ganadoras celebrando su logro y destacando su compromiso en completar las capacitaciones.</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Mail - única vez</p>	<p>El área de CI enviará un mail indicando las 5 áreas y sede ganadora una vez terminada las capacitaciones.</p>	<p>¡Descubre quiénes son las 5 áreas ganadoras y la sede que se alza como campeona!</p> <p>¡Todos Somos TECNA!</p>
<p>4. Se entregarán pines a todos los colaboradores que completen las</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional que completen las capacitaciones</p>	<p>Pines - Se da la entrega una única vez terminada las capacitaciones al 100%</p>	<p>Una vez que los colaboradores hayan terminado sus capacitaciones el área de Ci les enviará un correo</p>	<p>¡Felicitaciones! Alcanzaste el máximo nivel. Ven a recibir tu pin "Todos Somos TECNA!"</p>

capacitaciones al 100%, como símbolo de reconocimiento por su dedicación y compromiso.			indicando que ya cerraron exitosamente las capacitaciones y pueden recoger su pin	Contáctante al correo Comunicaciones@ClínicaNacional.com.pe
<b>Estrategia 3.3</b>	Proporcionar una guía y soporte técnico integral que ofrezca asistencia continua y recursos prácticos, asegurando que todos los colaboradores se sientan respaldados en su desarrollo y en la adopción de TECNA.			
<b>Indicador:</b>	Medir la efectividad del soporte técnico a través de encuestas bimestrales, buscando un 80% de satisfacción entre los colaboradores en cuanto a la asistencia recibida y la utilidad de los recursos proporcionados.			
<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Elaborar un manual de fácil lectura y entendimiento que sirva como guía inmediata para poder entender cómo usar el portal TECNA ambas direcciones	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Manual - Única vez	Se realizará un manual que ayude a todos los colaboradores a entender rápidamente cómo usar TECNA. Estará diseñado para ser accesible y claro, con secciones bien definidas, ejemplos prácticos y gráficos ilustrativos. Su objetivo es facilitar el aprendizaje y asegurar que todos los colaboradores,	¡Manual Todos Somos TECNA!  ¿Tienes dudas? Te ayudamos. Comunícate con el soporte técnico: extensión 1234 o al correo SoporteTECNA@ClínicaNacional.com,pe  ¡Todos Somos TECNA

			independientemente de su nivel de experiencia tecnológica, puedan navegar el portal con confianza y eficacia.	
2. Implementar un pop-up visible en la intranet que aparezca inmediatamente al ingresar y redirija al manual de usuario.	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Pop up en la Intranet - Se activará la primera semana cada 3 meses	Este aviso interactivo asegurará que todos los colaboradores tengan acceso inmediato a la información necesaria para navegar el portal con facilidad. Al facilitar este recurso desde el primer momento, fomentaremos una adopción más rápida y eficiente de TECNA, garantizando que cada miembro del equipo se sienta preparado y respaldado en su proceso de aprendizaje.	¡Aprende cómo acceder al portal TECNA!
3. Crear un acceso directo en la intranet titulado “Soporte TECNA” que brinde a todos los colaboradores	Todos los colaboradores de Clínica Nacional	Intranet - Todo el año	Este acceso directo facilitará que los colaboradores encuentren la información y el apoyo que necesitan en cualquier momento, promoviendo una experiencia más fluida y eficiente. Al centralizar el soporte en un solo lugar, se	“Soporte TECNA”

<p>un acceso rápido y fácil a recursos de asistencia, guías y contactos para resolver dudas relacionadas con el portal TECNA.</p>			<p>garantizará que todos se sientan respaldados y empoderados para utilizar la herramienta de manera efectiva.</p>	
<p>4. Implementar módulos en todas las sedes de Soporte “Juntos Somos TECNA” esto se colocará en todas las sedes</p>	<p>Todos los colaboradores de Clínica Nacional</p>	<p>Módulos de soporte - Se activarán los 3 primeros meses después del lanzamiento</p>	<p>Implementar módulos de soporte “Juntos Somos TECNA” en todas las sedes, proporcionando un espacio físico donde los colaboradores puedan acceder a información, recursos y asistencia sobre el uso del portal TECNA. Estos módulos estarán diseñados para ser visualmente atractivos y accesibles, fomentando la interacción y el aprendizaje.</p>	<p>¡Juntos Somos TECNA! ¿Tienes dudas? Te ayudamos</p>
<p><b>Estrategia 3.4</b></p>	<p>Fomentar un ambiente de feedback constructivo y continuo que permita a los colaboradores recibir y ofrecer comentarios de manera abierta que facilite la identificación de áreas de mejora.</p>			
<p><b>Indicador:</b></p>	<p>Medir la efectividad de este ambiente de feedback mediante encuestas de satisfacción, buscando alcanzar al menos un 85% de colaboradores que sientan que sus opiniones son escuchadas y consideradas</p>			

<b>Acción</b>	<b>Público Interno</b>	<b>Canal y Frecuencia</b>	<b>Cómo</b>	<b>Mensajes</b>
1. Solicitar llenar un formulario de feedback después de terminada cada sesión de capacitación	Todos los colaboradores de Clínica Nacional que pasen por capacitaciones a excepción de líderes teniendo en cuenta que ellos ya fueron capacitados	Forms - una vez terminada cada sesión de capacitación	Una vez terminada la sesión el capacitador se encargará de pedir que escaneen un código qr y llenen la encuesta se satisfacción que es corta, esta misma encuesta servirá como guía de asistencia. Se evaluará la calidad de la capacitación, al capacitador, la dinámica y una pregunta abierta sobre qué es lo que mejorarían.	¡Tú opinión nos ayuda a seguir mejorando! Déjanos comentarios acerca de las capacitaciones y sobre el software.  ¡Todos Somos TECNA!
2. Elaborar una encuesta al terminar todas las capacitaciones en donde se evalúe la calidad del curso del proyecto "Todos Somos TECNA"	Todos los colaboradores de Clínica Nacional que pasen por capacitaciones a excepción de líderes teniendo en cuenta que ellos ya fueron capacitados	Mail - Una vez terminado todas las capacitaciones del proyecto "Todos Somos TECNA"	El área de CI enviará un mail indicando que se cerraron las capacitaciones y que es necesario que llenen un formulario evaluando la experiencia. De la escala del 1 al 5 que tanto aprendió, le gustó la capacitación, las dinámicas, los capacitadores, etc	¡Gracias por ser parte de esta linda misión!  ¡Tú opinión nos ayuda a seguir mejorando! Déjanos comentarios que tal te pareció la experiencia.  ¡Todos Somos TECNA!

*Tabla 12: Objetivos específico 3 y Estrategias 3.1, 3.2, 3.3 y 3.4*

*Elaboración propia*



### **3.3 Mantenimiento de la propuesta**

#### **1. Capacitaciones constantes a líderes**

Consistirán en proporcionar soporte continuo a los líderes para asegurar la correcta implementación de los programas y estrategias, ello implica reuniones periódicas presenciales con el fin de discutir los avances, oportunidades de mejora y necesidades. Además, de comunicación a través de los grupos de WhatsApp, donde los líderes podrán intercambiar información de manera rápida y oportuna, y también serán espacios para resolver dudas, compartir mejores prácticas y mantener alineados a todos los líderes con los objetivos.

#### **2. Proceso de *onboarding* para los nuevos colaboradores**

El proceso de *onboarding* para los nuevos colaboradores ofrecerá una orientación integral que combinará capacitaciones obligatorias y personalizadas, enfocadas en familiarizar a los nuevos miembros con los valores de Clínica Nacional y sistemas clave, como TECNA.

#### **3. Cursos de autoaprendizaje obligatorios**

Centrados en desarrollar un programa de capacitación constante para todos los colaboradores. Disponibles en una plataforma interna permitiendo a los colaboradores acceder a ellos en cualquier momento. Estos abarcarán temas clave como políticas internas, procedimientos esenciales, habilidades técnicas en el manejo de TECNA y *soft skills* para el relacionamiento con pacientes y personal de la Clínica, todos enfocados en el crecimiento y desarrollo integral de los colaboradores. Es crucial que el equipo de aprendizaje de Clínica Nacional supervise el cumplimiento de estos cursos, monitoreando la participación y la finalización de cada módulo. Además, de evaluar el impacto de estas capacitaciones en el desempeño y compromiso de los colaboradores.

#### **4. Activaciones atemporales en el evento del CEO**

Claves para reforzar la cultura organizacional y promover la integración de los colaboradores. Activaciones que destaquen logros y fomenten el trabajo en equipo. Por ejemplo, folletos, banners y presentaciones interactivas, que ayuden a reforzar los mensajes clave y a mantener el interés de los colaboradores en estos eventos, promoviendo una cultura de colaboración y compromiso.

#### **5. “Todo siempre estará en la intranet”**

La intranet al ser el punto central de referencia para todas las actividades y comunicaciones internas debe albergar información clave sobre capacitaciones, eventos, actualizaciones importantes, y cualquier novedad relevante para la organización y sus colaboradores. Además, debe ofrecer un acceso sencillo y constante para todos, garantizando la transparencia y disponibilidad de los recursos de la empresa. La intranet debe ser utilizada no solo como un repositorio de información, sino también como un canal para la interacción y la retroalimentación de los empleados.

### 3.3. Cronograma de comunicación interna:

		Meses												
		Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre
<b>OE1: Disminuir la resistencia interna y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones, mediante el impulso de una comunicación abierta, el alineamiento de objetivos comunes y la creación de sinergias estratégicas.</b>														
<b>Estrategia 1.1: Crear un propósito que inspire a los colaboradores, generando un sentido de pertenencia y motivación compartida, y enfatizar el valor del trabajo en equipo como una herramienta clave para alcanzar objetivos comunes</b>														
1. Convocatoria a líderes para presentar y compartir la creación de un nuevo propósito que impulsará la visión			X											
2. Redactar un mensaje inspirador del CEO dirigido a todos los colaboradores, anunciando y compartiendo el nuevo propósito de la organización.			X											
3. Renovar la cabecera de Workplace y la intranet para reflejar con orgullo nuestro nuevo propósito			X											
4. Definir un nuevo lineamiento de voz y tono en nuestra comunicación, porque la manera en que hablamos refleja nuestra esencia y cómo nos presentamos ante el mundo.				X										
5. Post en workplace sobre la importancia del trabajo en equipo, tips, ejemplos de conductas				X			X			X			X	
<b>Estrategia 1.2: Crear espacios de comunicación transparente y constante, donde la información fluya de manera clara y accesible para todos, fomentando la confianza y la colaboración entre los equipos.</b>														
1. Implementar reuniones mensuales híbridas con el CEO, donde todos los colaboradores, tanto presenciales como remotos, puedan interactuar de manera directa y participar activamente.		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2. Organizar desayunos mensuales con los equipos más destacados junto al CEO, con el fin de crear un espacio de reconocimiento, cercanía y diálogo abierto.		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
3. Crear las Olimpiadas Clínica Nacional 2024, un espacio de integración y celebración que une a todos nuestros colaboradores en un ambiente de camaradería, competencia amistosa y bienestar.				X										

<b>Estrategia 1.3: Implementar actividades estratégicas de team building y conexión diseñadas específicamente para líderes, con el objetivo de fortalecer sus habilidades de liderazgo colaborativo, mejorar la toma de decisiones en equipo y fomentar una cultura de apoyo mutuo.</b>														
1. Establecer espacios de comunicación abierta cada mes, donde todos los líderes puedan compartir y discutir las iniciativas que se están implementando en cada área	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2. Establecer un grupo de difusión de WhatsApp para líderes, que incluya a coordinadores, jefes, subgerentes, gerentes y más, creando un canal ágil y efectivo de comunicación y colaboración.			X											
3. Crear contenido atractivo y útil para WhatsApp que proporcione a los líderes consejos prácticos para optimizar la gestión de sus equipos.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>OE2: Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto "Todos Somos TECNA", creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.</b>														
<b>Estrategia 2.1: Presentar el proyecto "Todos Somos TECNA" a los líderes y capacitarlos de manera integral, asegurando que comprendan su importancia, objetivos y beneficios, para que puedan transmitirlo efectivamente a sus equipos</b>														
1. Presentar a TECNA y sus beneficios, creando un espacio de colaboración y diálogo estratégico.				X										
2. Programar reuniones personalizadas con cada líder, asignando un experto de TI que los acompañe, donde se llevará a cabo una clase magistral individual					X									
3. Elaborar un mail de feedback en el que todos puedan compartir sus comentarios y sugerencias de mejora, tanto sobre la capacitación como sobre el software.					X									
4. Enviar mensajes a los líderes través de WhatsApp sobre el proyecto "Juntos Somos TECNA" y su importancia crucial para la organización, tips, beneficios, etc					X	X	X							

SCIENTIA ET PRAEX



1. Enviar un correo oficial informando el inicio de las capacitaciones, invitando a todos los colaboradores a completar un formulario donde podrán seleccionar los horarios que mejor se adapten a sus agendas.								X											
2. Segmentar a los médicos y colaboradores por rangos de edad para establecer grupos de capacitación adaptados a sus necesidades y estilos de aprendizaje.								X											
3. Llevar a cabo capacitaciones estructuradas por secciones y apartados del software, integrando sesiones prácticas y espacios dedicados a rondas de preguntas								X	X										
<b>Estrategia 3.2: Implementar un sistema de recompensas y premios para motivar y reconocer el esfuerzo y los logros de los colaboradores en la adopción y uso del software TECNA.</b>																			
1. Elaborar un mail anunciando el nuevo sistema de recompensas								X											
2. Enviar mensajes por WhatsApp semanalmente para comunicar los rankings por áreas y sedes, manteniendo a todos informados sobre el progreso y la participación en las capacitaciones.								X	X										
3. Enviar un correo comunicando las 5 áreas ganadoras celebrando su logro y destacando su compromiso en completar las capacitaciones.																		X	
4. Se entregarán pines a todos los colaboradores que completen las capacitaciones al 100%, como símbolo de reconocimiento por su dedicación y compromiso.																		X	
<b>Estrategia 3.3: Proporcionar una guía y soporte técnico integral que ofrezca asistencia continua y recursos prácticos, asegurando que todos los colaboradores se sientan respaldados en su desarrollo y en la adopción de TECNA.</b>																			
1. Elaborar un manual de fácil lectura y entendimiento que sirva como guía inmediata para poder entender cómo usar el portal TECNA ambas direcciones																		X	
2. Implementar un pop-up visible en la intranet que aparezca inmediatamente al ingresar y redirija al manual de usuario.																		X	X
3. Crear un acceso directo en la intranet titulado "Soporte TECNA" que brinde a todos los colaboradores un acceso rápido y fácil a recursos de asistencia, guías y contactos para resolver dudas relacionadas con el portal TECNA.																		X	X
4. Implementar módulos en todas las sedes de Soporte "Juntos Somos TECNA" esto se colocará en todas las sedes	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
																		X	X



### 3.4. Presupuesto

	Cantidad	Precio Unitario	Precio final
<b>OE1: Disminuir la resistencia interna y fomentar un entorno de comprensión mutua entre ambas Direcciones, mediante el impulso de una comunicación abierta, el alineamiento de objetivos comunes y la creación de sinergias estratégicas.</b>			
<b>Estrategia 1.1: Crear un propósito que inspire a los colaboradores, generando un sentido de pertenencia y motivación compartida, y enfatizar el valor del trabajo en equipo como una herramienta clave para alcanzar objetivos comunes</b>			
1. Convocatoria a líderes para presentar y compartir la creación de un nuevo propósito que impulsará la visión	1	Área CI	-
2. Redactar un mensaje inspirador del CEO dirigido a todos los colaboradores, anunciando y compartiendo el nuevo propósito de la organización.	1	Área CI	-
3. Renovar la cabecera de Workplace y la intranet para reflejar con orgullo nuestro nuevo propósito	1	Área CI	-
4. Definir un nuevo lineamiento de voz y tono en nuestra comunicación, porque la manera en que hablamos refleja nuestra esencia y cómo nos presentamos ante el mundo.	1	Área CI	-
5. Post en workplace sobre la importancia del trabajo en equipo, tips, ejemplos de conductas	1	Área CI	-
<b>Estrategia 1.2: Crear espacios de comunicación transparente y constante, donde la información fluya de manera clara y accesible para todos, fomentando la confianza y la colaboración entre los equipos.</b>			
1. Implementar reuniones mensuales híbridas con el CEO, donde todos los colaboradores, tanto presenciales como remotos, puedan interactuar de manera directa y participar activamente.	12	S/.10.000,00	S/.120.000,00
2. Organizar desayunos mensuales con los equipos más destacados junto al CEO, con el fin de crear un espacio de reconocimiento, cercanía y diálogo abierto.	12	S/.1.000,00	S/.12.000,00
3. Crear las Olimpiadas Clínica Nacional 2024, un espacio de integración y celebración que une a todos nuestros colaboradores en un ambiente de camaradería, competencia amistosa y bienestar.	1	S/.50.000,00	S/.50.000,00
4. Elaborar post en workplace incentivando a los colaboradores a reconocer por este medio.	4	Área CI	-
<b>Estrategia 1.3: Implementar actividades estratégicas de team building y conexión diseñadas específicamente para líderes, con el objetivo de fortalecer sus habilidades de liderazgo colaborativo, mejorar la toma de decisiones en equipo y fomentar una cultura de apoyo mutuo.</b>			
1. Establecer espacios de comunicación abierta cada mes, donde todos los líderes puedan compartir y discutir las iniciativas que se están implementando en cada área	12	Área CI	-

Actividades	2. Establecer un grupo de difusión de WhatsApp para líderes, que incluya a coordinadores, jefes, subgerentes, gerentes y más, creando un canal ágil y efectivo de comunicación y colaboración.	1	Área CI	-
	3. Crear contenido atractivo y útil para WhatsApp que proporcione a los líderes consejos prácticos para optimizar la gestión de sus equipos.	12	Área CI	-
	<b>OE2: Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto "Todos Somos TECNA", creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.</b>			
	<b>Estrategia 2.1: Presentar el proyecto "Todos Somos TECNA" a los líderes y capacitarlos de manera integral, asegurando que comprendan su importancia, objetivos y beneficios, para que puedan transmitirlo efectivamente a sus equipos</b>			
	1. Presentar a TECNA y sus beneficios, creando un espacio de colaboración y diálogo estratégico.	1	Área CI	-
	2. Programar reuniones personalizadas con cada líder, asignando un experto de TI que los acompañe, donde se llevará a cabo una clase magistral individual	1	Área CI	-
	3. Elaborar un mail de feedback en el que todos puedan compartir sus comentarios y sugerencias de mejora, tanto sobre la capacitación como sobre el software.	1	Área CI	-
	4. Enviar mensajes a los líderes través de WhatsApp sobre el proyecto "Juntos Somos TECNA" y su importancia crucial para la organización, tips, beneficios, etc	3	Área CI	-
	<b>Estrategia 2.2: Informar a todos los colaboradores sobre el proyecto TECNA y los significativos beneficios que aportará a la empresa, asegurando que cada miembro comprenda su relevancia y el impacto positivo en su trabajo diario.</b>			
	1. Llevar a cabo el lanzamiento de "Todos Somos TECNA" a toda la organización en el evento con el CEO, acompañado de una emocionante activación que contará con la presencia de TECNA personificada como una superheroína	1	S/.5.000,00	S/.5.000,00
	2. Publicar un video en Workplace para presentar a TECNA de manera dinámica y atractiva.	1	Área CI	-
	3. Actualizar la cabecera de Workplace y el banner principal de la intranet con la imagen de TECNA y el nombre del proyecto, creando un impacto visual que capture la atención de todos los	1	Área CI	-
	4. Llevar a cabo activaciones emocionantes en las que TECNA visitará las oficinas y sedes de la clínica, repartiendo flyers, pines y stickers para generar entusiasmo y conexión	1	S/.10.000,00	S/.10.000,00
	<b>Estrategia 2.3: Implementar un innovador canal de comunicación interna en formato de podcast, diseñado para conectar con los colaboradores de manera inmediata y dinámica.</b>			
1. Grabar un podcast quincenal en el que TECNA será la voz protagonista, destacando los beneficios clave del proyecto y cómo transformará la forma de trabajar.	6	Área CI	-	

2. Lanzar pequeños previews de los próximos capítulos del podcast y publicarlos en Workplace para generar expectativa y entusiasmo entre los colaboradores.	6	Área CI	-
3. Enviar recordatorios y refuerzos del podcast a través de WhatsApp para mantener a los colaboradores conectados e informados.	6	Área CI	-
<b>OE3: Fomentar el conocimiento, la empatía y el compromiso hacia el proyecto "Todos Somos TECNA", creando una conexión profunda entre todos los colaboradores que garantice una participación activa y entusiasta.</b>			
<b>Estrategia 3.1: Establecer horarios flexibles y personalizados para brindar capacitaciones a médicos y colaboradores, asegurando que cada uno reciba el apoyo necesario para dominar el nuevo proceso y la tecnología de TECNA</b>			
1. Enviar un correo oficial informando el inicio de las capacitaciones, invitando a todos los colaboradores a completar un formulario donde podrán seleccionar los horarios que mejor se adapten a sus agendas.	1	Área CI	-
2. Segmentar a los médicos y colaboradores por rangos de edad para establecer grupos de capacitación adaptados a sus necesidades y estilos de aprendizaje.	1	Área CI	-
3. Llevar a cabo capacitaciones estructuradas por secciones y apartados del software, integrando sesiones prácticas y espacios dedicados a rondas de preguntas	8	Área CI y TI	-
<b>Estrategia 3.2: Implementar un sistema de recompensas y premios para motivar y reconocer el esfuerzo y los logros de los colaboradores en la adopción y uso del software TECNA.</b>			
1. Elaborar un mail anunciando el nuevo sistema de recompensas	1	S/.30.000,00	S/.30.000,00
2. Enviar mensajes por WhatsApp semanalmente para comunicar los rankings por áreas y sedes, manteniendo a todos informados sobre el progreso y la participación en las capacitaciones.	8	Área CI	-
3. Enviar un correo comunicando las 5 áreas ganadoras celebrando su logro y destacando su compromiso en completar las capacitaciones.	1	Área CI	-
4. Se entregarán pines a todos los colaboradores que completen las capacitaciones al 100%, como símbolo de reconocimiento por su dedicación y compromiso.	3000	S/.1,50	S/.4.500,00
<b>Estrategia 3.3: Proporcionar una guía y soporte técnico integral que ofrezca asistencia continua y recursos prácticos, asegurando que todos los colaboradores se sientan respaldados en su desarrollo y en la adopción de TECNA.</b>			
1. Elaborar un manual de fácil lectura y entendimiento que sirva como guía inmediata para poder entender cómo usar el portal TECNA ambas direcciones	1	Área CI	-
2. Implementar un pop-up visible en la intranet que aparezca inmediatamente al ingresar y redirija al manual de usuario.	1	Área CI Y TI	-

3. Crear un acceso directo en la intranet titulado "Soporte TECNA" que brinde a todos los colaboradores un acceso rápido y fácil a recursos de asistencia, guías y contactos para resolver dudas relacionadas con el portal TECNA.	1	Área CI y TI	-
4. Implementar módulos en todas las sedes de Soporte "Juntos Somos TECNA" esto se colocará en todas las sedes	5	S/.200,00	S/.1.000,00
<b>Estrategia 3.3: Proporcionar una guía y soporte técnico integral que ofrezca asistencia continua y recursos prácticos, asegurando que todos los colaboradores se sientan respaldados en su desarrollo y en la adopción de TECNA.</b>			
1. Solicitar llenar un forms de feedback después de terminada cada sesión de capacitación	1	Área CI	-
2. Elaborar una encuesta al terminar todas las capacitaciones en donde se evalúe la calidad del curso del proyecto "Todos Somos TECNA"	1	Área CI	-
<b>Presupuesto final</b>			<b>S/.232.500,00</b>

*Figura 3: Presupuesto*

*Elaboración propia*



## 4. LECCIONES APRENDIDAS

Este proyecto nos lleva a concluir múltiples aprendizajes clave. Uno de los mayores desafíos que las empresas deben aprender a abordar es la resistencia interna al cambio. El caso plantea que los colaboradores de Clínica Nacional muestran reticencia hacia el uso de tecnología, como el sistema TECNA. La falta de familiaridad con herramientas digitales y el hábito de trabajar con métodos tradicionales genera fricciones. Este obstáculo debe ser superado mediante una estrategia de capacitación personalizada, que incluya tanto formación técnica como un enfoque en la empatía y la escucha activa.

Asimismo, debe haber un rediseño de la comunicación entre los equipos administrativo y médico. La desconexión entre ambas áreas se refleja en la descoordinación y la percepción negativa por parte de los pacientes. La implementación de un plan de comunicación interna, que promueva la colaboración y el entendimiento mutuo, resulta crucial para mejorar este aspecto. Las reuniones periódicas con el CEO y las actividades de integración propuestas juegan un rol determinante en la alineación de los valores organizacionales y el fortalecimiento del equipo.

Otro aprendizaje importante es el rol de la tecnología como facilitadora del cambio, pero también como una fuente de resistencia. A través del proyecto, se entiende la importancia de humanizar la tecnología, lo que lleva al uso de estrategias creativas como la personificación de TECNA. Esto facilita que el personal se identifique con el nuevo sistema, generando una conexión emocional más profunda que simplemente adoptar una herramienta tecnológica.

El clima laboral y la cultura organizacional también son un aprendizaje crucial. La desconexión entre la cultura deseada y la real en la clínica revela que, para lograr una transformación efectiva, no solo se deben implementar nuevas herramientas, sino también promover un cambio profundo en los comportamientos y percepciones de los colaboradores. La clave del éxito radica en crear espacios de diálogo y reconocimiento, como, por ejemplo, las "Olimpiadas Clínica Nacional", espacios donde las diferencias se diluyen y se fomenta el trabajo en equipo.

Finalmente, este proyecto subraya la importancia del liderazgo en la gestión del cambio. La participación de los líderes en la formación de la cultura organizacional y su capacidad para guiar al equipo hacia una adopción exitosa del proyecto TECNA es fundamental.

Los principales aprendizajes incluyen la gestión de la resistencia al cambio, la humanización de la tecnología, la necesidad de una comunicación interna eficaz, y la importancia de un liderazgo activo y alineado con los valores de la organización. Este proyecto no solo mejora la eficiencia operativa de la Clínica Nacional, sino que también fomenta una cultura de colaboración y propósito compartido.



## REFERENCIAS

Bernedo, A. C. (2024). Entrevista sobre la cultura organizacional y procesos internos en la Clínica Sanna

Echegaray, E. (2024) Entrevista sobre la implementación de sistemas tecnológicos en la Clínica Internacional

Galicia, David (2022) La personificación como recurso literario: fundamentos, forma y funciones

[https://ru.atheneadigital.filos.unam.mx/jspui/bitstream/FFYL\\_UNAM/6649/1/NuevasGl osas\\_3\\_2022\\_51-73\\_GaliciaLechuga.pdf](https://ru.atheneadigital.filos.unam.mx/jspui/bitstream/FFYL_UNAM/6649/1/NuevasGl osas_3_2022_51-73_GaliciaLechuga.pdf)

Griffin, R. W., Phillips, J. M., Gully, S. M.(2020). Comportamiento organizacional: administración de personas y organizaciones. Cengage Learning. <https://www-ebooks7-24-com.ezproxy.ulima.edu.pe/?il=9979>

Núñez Vergara, Manuel (2019) Perfil profesional, laboral y demográfico de los médicos especialistas que laboran en los establecimientos de salud del Ministerio de Salud y los gobiernos regionales. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/item/3b8a394b-86c2-417c-bae7-0cf4174eedfd>

Moreno, Rafa (2024).La personificación en la publicidad: ejemplos impactantes <https://rafamoreno.es/personificacion-publicidad/>

Santillán Marroquín, W. E., Paredes García, H. E., Mera Manotoa, H. P., & Santillán Vieira, J. F. (2019). La responsabilidad social corporativa y el clima laboral. Visionario Digital, 3(4), 98-115. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i4.974>

## ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a Erika Echegaray:

[https://drive.google.com/file/d/1fB2\\_oehZom37B-5s4\\_eXkpGPwSv-qZcx/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1fB2_oehZom37B-5s4_eXkpGPwSv-qZcx/view?usp=sharing)

Anexo 2: Entrevista a Camila Bermedo:

[https://drive.google.com/file/d/1rwGvYNNGuN\\_7BvMn6jutynHTdOlyom9o/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1rwGvYNNGuN_7BvMn6jutynHTdOlyom9o/view?usp=sharing)

Anexo 3: Actividades de Team Building para líderes:

[https://docs.google.com/document/d/1RQyiCntSsc5YCd9LEho0\\_pkUsDylifaX-FtIjcPOHtQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1RQyiCntSsc5YCd9LEho0_pkUsDylifaX-FtIjcPOHtQ/edit?usp=sharing)

Anexo 4: Storyboard Video Animado:

<https://docs.google.com/document/d/1wQ2NhRmQenD3wpkYNRDP59QZQfjHd-xe/edit?usp=sharing&oid=111932346877776497877&rtpof=true&sd=true>

Anexo 5: Guión Podcast: [https://docs.google.com/document/d/1zDj-ODE3hD\\_hZTikSxPF9FmAew3S8N6S/edit?usp=sharing&oid=111932346877776497877&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1zDj-ODE3hD_hZTikSxPF9FmAew3S8N6S/edit?usp=sharing&oid=111932346877776497877&rtpof=true&sd=true)

Anexo 6: Guía de preguntas - entrevistas:

<https://docs.google.com/document/d/1dG4KjuTI38zIEMooLAWetvih7d71yReWoRRp3hZzPOs/edit?usp=sh>

Anexo 7: Logo y animación de Clínica Nacional:

[https://drive.google.com/file/d/1Fb\\_xKi3nQTefSqZxPJ5tlpBShtR8chkf/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1Fb_xKi3nQTefSqZxPJ5tlpBShtR8chkf/view?usp=sharing)

Anexo 8: Cronograma y Presupuesto: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vZpoL-zDBeUD6i5TqJJUF2o0Z5pbkC2\\_PC3X2-uMgUY/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vZpoL-zDBeUD6i5TqJJUF2o0Z5pbkC2_PC3X2-uMgUY/edit?usp=sharing)

## HOJA DE RESPUESTAS A OBSERVACIONES DEL JURADO

Observación	Respuesta	Página
<p>No se aprecia con claridad una alineación entre el objetivo del plan, las estrategias, objetivos comunicacionales y planes de acción propuestos.</p> <p>Se sugiere revisar conceptos de objetivo de un plan, estrategias, objetivo comunicacional y acciones o plan de acción. Con ello podrán mejorar la estructura de su planteamiento estratégico.</p>	De acuerdo	Matriz estratégica de la comunicación (objetivo, estrategia, meta, indicador, acción, público interno, canal y frecuencia, cómo y mensajes): páginas 23-54
<p>Es fundamental tener en cuenta la dispersión geográfica de los distintos públicos, las diferencias de horarios y la dinámica laboral de los colaboradores al momento de diseñar las acciones. Esto es especialmente importante para el despliegue exitoso de TECNA.</p>	De acuerdo	Matriz estratégica de la comunicación (objetivo, estrategia, meta, indicador, acción, público interno, canal y frecuencia, cómo y mensajes): páginas 23-54
<p>Se nota la presencia de ideas creativas que generan una conexión emocional valiosa. Sin embargo, es necesario que las acciones y piezas producidas tengan una mayor relevancia estratégica, es decir, que impacten de manera más</p>	De acuerdo	Propuesta narrativa: páginas 17 y 18

<p>efectiva en los públicos clave y ayuden a cumplir con el objetivo del plan comunicacional solicitado.</p>		
<p>Es importante mantener coherencia en el estilo visual. Las imágenes de los cómics del video no coinciden con otras fotos o elementos visuales utilizados en las otras piezas de comunicación de la misma campaña. Esto genera una desconexión entre los distintos materiales y puede confundir a la audiencia. Recomendaría unificar el estilo visual para asegurar que todas las piezas de la campaña estén alineadas y sean fácilmente reconocibles como parte del mismo mensaje.</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Materiales en punto #1: Presentación: páginas 1 y 2</p>
<p>Aunque las imágenes de los cómics son estáticas, sería interesante agregar algo de movimiento o animación, aunque sea mínima. Esto puede hacer que el video sea más dinámico y atractivo para la audiencia. Incluso pequeños efectos como zooms suaves o deslizamientos podrían marcar una diferencia y mantener la atención del espectador.</p> <p>Otro aspecto a mejorar es la calidad de las voces de los personajes del cómic. La</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Material #1: página 1</p>

<p>voz en off no se aprecia bien y, además, no suena genuina, ya que no parece provenir de los personajes.</p> <p>Esto afecta la conexión emocional y la comprensión del mensaje. Sugiero mejorar la calidad del audio, ya sea ajustando el volumen o regrabando las voces con mejor claridad y con un tono más acorde a los personajes representados.</p> <p>El audio es crucial para transmitir el mensaje de manera efectiva y generar una sensación auténtica en la audiencia. Recomiendo también darle un inicio claro al video, que presente de manera efectiva el propósito o tema principal. Además, es fundamental tener un mensaje claro de cierre. El final debe dejar una impresión fuerte y bien definida en la audiencia.</p> <p>A pesar de los aspectos técnicos por mejorar, la idea en general es muy buena. Con algunos ajustes en la consistencia visual, el audio, el dinamismo de las imágenes, y la estructura, el video puede ser mucho más efectivo y atractivo.</p>		
<p>El diseño del personaje TECNA, aunque se presenta como un</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Material #1: página 1</p>




<p>superhéroe, actualmente tiene una apariencia algo infantil y poco “real”. Si bien la idea del superhéroe animado es buena, el estilo podría mejorar para darle un aspecto más realista, aunque siga siendo un dibujo animado. Sería importante que el personaje muestre en su diseño, los atributos que representa, ello ayudaría a reforzar su identidad, haciendo que se sienta más creíble y conecte mejor ante su público.</p>		
<p>Aún falta un mayor desarrollo en el planteamiento estratégico. Es importante definir estrategias claras que respondan a lo que la clínica ha solicitado. Una vez que esas estrategias estén claras, deben traducirse en objetivos comunicacionales específicos. Luego, podrán enfocarse en las acciones concretas que llevarán a cabo para cumplir con esas estrategias.</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Matriz estratégica de la comunicación (objetivo, estrategia, meta, indicador, acción, público interno, canal y frecuencia, cómo y mensajes): páginas 23-54</p>
<p>Se han planteado demasiadas actividades que pueden saturar a los colaboradores y desviarlos del objetivo que deben alcanzar. Recordar que la implementación del plan debe ser manejable y sostenible. Considerar priorizar las acciones más críticas. Mantener el enfoque en el</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Cronograma: páginas 57-61</p>

<p>objetivo a corto plazo es crucial para asegurar el éxito del plan solicitado y evitar desviaciones innecesarias.</p>		
<p>Las metas, como el aumento del índice de satisfacción laboral, deben traducirse en acciones clave que estén alineadas con el principal objetivo de la clínica: la implementación del nuevo sistema de trabajo. Además, el sistema de medición debe estar enfocado en el plan para asegurar que los resultados se alineen con lo solicitado por la clínica. Algunos datos valiosos del caso, no se están aprovechando para plantear estrategias y acciones más precisas y concretas, acordes al objetivo solicitado para el desarrollo de este caso.</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Matriz estratégica de la comunicación (objetivo, estrategia, meta, indicador, acción, público interno, canal y frecuencia, cómo y mensajes): páginas 23-54</p>
<p>Están faltando teorías relacionadas con la cultura organizacional y la gestión del cambio, que son esenciales para un plan de esta naturaleza.</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Figura 1: ¿Qué genera una cultura organizacional sólida?: página 16</p>
<p>En la página 1 de la introducción se encuentra un enlace en el que se muestran varias diapositivas con acciones de comunicación, como eventos, olimpiadas, talleres. Parece haber una confusión entre</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Matriz estratégica de la comunicación (objetivo, estrategia, meta, indicador, acción, público interno, canal y frecuencia, cómo y mensajes): páginas 23-54</p>

<p>estrategias y acciones. Más adelante, la idea creativa no es clara, pudo haberse definido mejor. Luego, las acciones no están alienadas y justificadas, estas debieron resolver los obstáculos y las necesidades más urgentes de la clínica (Resistencia interna, quejas sobre el horario de entrenamiento, desconexión cultural), las metas y los indicadores debieron ser afines a eso.</p>		
<p>Débil calidad de las piezas. Recomendaría que la idea creativa que trabajen del punto anterior, la puedan redefinir, que elaboren piezas concretas de comunicación que muestren una mayor calidad técnica y profesional.</p>	<p>De acuerdo</p>	<p>Materiales en punto #1: Presentación: páginas 1 y 2  Propuesta narrativa: páginas 17 y 18</p>

# Alosilla Velazco\_ Lugaro Linares

## Informe Turnitin

-  C.F. julio
-  GyT2024
-  Universidad de Lima

---

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3083954617

Fecha de entrega

18 nov 2024, 11:12 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

18 nov 2024, 11:14 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

63\_AlosillaVelazco\_Gastelumendi\_y\_20193011\_Lugaro\_Linares\_VF.pdf

Tamaño de archivo

3.5 MB

84 Páginas

14,270 Palabras

81,309 Caracteres




# 4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

## Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

## Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Marcas de integridad

### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Fuentes principales

- 4% Fuentes de Internet
- 1% Publicaciones
- 1% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

## Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

<b>1</b>	Internet	repositorio.ulima.edu.pe	1%
<b>2</b>	Internet	hdl.handle.net	0%
<b>3</b>	Trabajos del estudiante	CORPORACIÓN UNIVERSITARIA IBEROAMERICANA	0%
<b>4</b>	Internet	repositorio.uesiglo21.edu.ar	0%
<b>5</b>	Trabajos del estudiante	ipn	0%
<b>6</b>	Internet	repositorio.ug.edu.ec	0%
<b>7</b>	Internet	view.genial.ly	0%
<b>8</b>	Trabajos del estudiante	Pontificia Universidad Catolica del Peru	0%
<b>9</b>	Internet	docplayer.es	0%
<b>10</b>	Internet	www.grafiati.com	0%
<b>11</b>	Internet	www.fao.org	0%

12	Internet	www.scribd.com	0%
13	Internet	repositoriotec.tec.ac.cr	0%
14	Trabajos del estudiante Universidad San Marcos		0%
15	Internet	es.scribd.com	0%
16	Internet	www.latinascannapreneurs.com	0%
17	Internet	fundaciongedisos.org	0%
18	Internet	www.buenastareas.com	0%
19	Internet	www.coursehero.com	0%
20	Internet	www.ops.org.gt	0%
21	Trabajos del estudiante Instituto Tecnológico de Costa Rica		0%
22	Internet	hlrnet.com	0%
23	Internet	onlinelibrary.wiley.com	0%
24	Internet	scielo.conicyt.cl	0%
25	Internet	www.gestion.org	0%

26

Internet

www.logista.pt

0%