

Portafolio De Servicios Digital E Impreso IPS HOLÍSTICO

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Periodista

Tatiana Madrid Marín

Asesor

Lina María Martínez

Comunicadora

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias sociales

Comunicación y Periodismo

Caldas- Antioquia

2013

Tabla de Contenido

Introducción	7
Justificación	9
Impacto social y económico	10
Impacto científico y tecnológico	11
Objetivos	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
Marco teórico	13
Marketing	14
Redes sociales	15
Publicaciones	15
Interacción social	16
Metodología	18
Resultados	22
Conclusiones	37
Recomendaciones	39
Referencias	40
Apéndices	41

Lista de graficas

Grafica 1. Misión	22
Grafica 2. Visión	22
Grafica 3. Filosofía	23
Grafica 4. Funcionamiento	23
Grafica 5. Actividades	24
Grafica 6. División de áreas	24
Grafica 7. Habilidades	25
Grafica 8. Rotación	25
Grafica 9. Personal	26
Grafica 10. Comunicación	27
Grafica 11. Relación	27
Grafica 12. Trabajo en equipo	28
Grafica 13. Aprendizaje	28
Grafica 14. Ambiente	29
Grafica 15. Motivación	29
Grafica 16. Recompensa	30
Grafica 17. Incentivos	30
Grafica18. Supervisión	31
Grafica 19. Influir en conocimiento	31
Grafica 20. Ideas	32

Grafica 21. Capacitación	33
Grafica 22. Decisiones	33
Grafica 23. Medios empleados	24
Grafica 24. Avances tecnológicos	34
Grafica 25. Rendimiento	35
Grafica 26. Información de las empresas	35

Resumen

En cualquier empresa es preciso implementar herramientas que explícitamente nos ayuden a comunicarnos con nuestros públicos, a ofrecer nuestros productos o servicios y a mejorar las relaciones con los mismos. Este trabajo busco que la IPS Holístico pudiera afianzar las relaciones comunicativas con sus stakeholders por medio de canales virtuales y físicos. Para ello se realizaron encuestas a empleados y clientes y se crearon los perfiles de la organización en redes sociales mejorando con esto la comunicación entre estos. Se realizó un portafolio de servicios donde, aparte de ofrecer los servicios de la entidad, se dio vida a la misión, visión y la búsqueda de referentes culturales de la misma.

Palabras claves: Relaciones, Stakeholders, Redes sociales, Portafolio Servicios.

Abstract

In any business it is necessary to explicitly implement tools that help us communicate with our stakeholders, to provide our products or services and to improve relations with them. This work look that PHI could Holistic strengthen relations with its stakeholders communication through virtual and physical channels. To do surveys to employees and customers and created profiles on social networking organization that improving communication between them. We conducted a portfolio of services which, apart from offering the services of the institution, he lives to the mission, vision and finding the same cultural references.

Keywords: Relationships, Stakeholders, Social Networking, Portfolio Services.

La razón de ser de cualquier tipo de entidad, indudablemente son las personas. Las relaciones que estas logren construir en la organización serán las que permitan éxitos o fracasos en la misma. Debido a dicha importancia y gracias a las herramientas teóricas de la comunicación organizacional, debemos realizar un seguimiento continuo a los públicos de las empresas con el fin de generar relaciones públicas desde la comunicación con sus stakeholders.

La IPS Holístico es una empresa privada que ofrece servicios de salud y de estética con el fin de mejorar la calidad de vida de sus clientes y empleados. Su interés actual es el de tejer relaciones con sus públicos que permitan conocer falencias en la comunicación y a la vez generar soluciones que mejoren lo comunicacional.

Teniendo presente la misión y la visión de la IPS, donde se da gran importancia a sus clientes, y la calidad en su equipo humano y servicios, se plantean objetivos que buscan conocer y mejorar las relaciones con estos stakeholders. Ya identificados estos dos grupos de interés, clientes y empleados, saber sus intereses y sus expectativas, se quieren realizar estrategias que permitan mantener o mejorar, según el caso, las relaciones comunicacionales corporativas con estos.

Lo anterior se realizara por medio de un trabajo etnográfico en la IPS Holístico, con encuestas a los clientes sobre cómo perciben los servicios del personal, con talleres de coaching para mejorar las relaciones y escuchar las opiniones en comunicación con los empleados, y por medio de un trabajo interno donde se promueven medios de comunicación como las carteleras, los correos electrónicos y el voz a voz como herramientas fundamentales para mantenerse informado.

Lo observado, la información analizada, las encuestas y los talleres a los grupos de interés resultantes, serán entonces la materia prima para desarrollar las estrategias comunicativas que se verán reflejadas en la mejora de las relaciones internas y externas, asegurando a su vez el buen curso de la empresa IPS Holístico.

Justificación

Las empresas necesitan conocer los públicos con los cuales se relacionan. Esto habla no solo de reconocer sus clientes, sino también de la comunidad a la cual pertenecen, los proveedores, los empleados, el gobierno, los inversionistas, los medios de comunicación que puedan hablar de ellos y demás personas que se puedan relacionar directa o indirectamente con la empresa. Todos deben tenerse presentes para marcar la hoja de ruta que direccionara las decisiones de la organización.

En la actualidad, las tecnologías de la información facilitan el acercamiento con estos públicos; lo ideal es saber utilizar estas herramientas de forma adecuada, identificando cual es el medio o medios más eficaces para cada uno de ellos. Redes sociales como Facebook o Twitter se convierten en la mejor alternativa para el público joven como los clientes. Dependiendo de las dinámicas de la organización, de su tamaño o de su naturaleza, pueden funcionar: intranets, chats internos o una cartelera para las compañías más pequeñas. Estas últimas se usarían para mejorar la comunicación con los trabajadores.

Aunque se habló de la importancia de tener presente el identificar, conocer y comunicarse con todos los stakeholders, esto es un trabajo dispendioso ya que obliga a detenerse en cada uno de ellos y generar estrategias distintas. Por esa complejidad se tomaron los clientes y los trabajadores de la empresa IPS Holístico queriendo conocer la comunicación que se tiene con ellos, haciendo un diagnóstico de su efectividad o no y realizando a partir de allí estrategias comunicativas que permitan fortalecer los lazos con dichos públicos.

No se puede realizar el trabajo sin detenerse en los siguientes ítems, estos fueron tenidos en cuenta para la intervención en la organización:

Impacto Social y Económico

Ya se mencionó el gran impacto que tiene la tecnología en los procesos de las organizaciones, teniendo en cuenta el amplio acceso que actualmente tienen las personas a los canales virtuales que facilitan tareas en tiempo y efectividad. El trabajo de los empleados de una organización puede cambiar debido a esta herramienta, desde sus dinámicas cotidianas dentro de la empresa, hasta su metodología de trabajo efectivo y eficiente. Estos cambios en la mayoría de los casos, deben verse representados por ganancias económicas.

Al iniciar el proceso con la organización IPS Holístico, se ve la necesidad de potencializar los servicios, en línea, por medio de una página web. Esta facilitara el acceso a los públicos que están buscando a diario en internet servicios de salud y estética. La creación de un portafolio que presente a la empresa virtual y físicamente hará que los clientes que visiten la empresa conozcan una oferta especial y diseñada para garantizar la satisfacción de ellos. Los públicos por medio de la página podrán conocer los acontecimientos, actividades y ofertas que la IPS disponga para ellos. Lo anterior se refuerza con la presencia de la marca en las redes sociales y su actualización diaria, ya que en la actualidad estos canales son de uso prioritario a la hora de comunicarse y abastecerse de información sobre los públicos.

Esta estrategia de medios digitales genera un cambio social porque permite una interacción permanente con los stakeholders, además del impacto económico de la

publicidad y el mercadeo que generan una página web, ya que hacen que sea un método rentable de comunicación con los públicos.

Impacto científico y tecnológico

Hoy existen empresas que no han tenido una renovación institucional, empresas que son organizadas por un diseño matricial o mecánico, y tienen la necesidad de cambiar esta estructura por un diseño dinámico y funcional que permita la aceptación de cambios rápidos y constantes. La IPS Holístico necesita implementar las redes sociales.

Se realizara una estructura permita manejar las estrategias de redes sociales para incorporar nuevas perspectivas de mostrar y atraer clientes nuevos a la organización.

A través de canales como Facebook y Twitter se maneja la comunicación de manera sencilla y atractiva para que los públicos objetivos se incentiven a conocer cada uno de nuestros servicios. Además se incentivar a los públicos a participar por medio de estos canales, se resuelven dudas o inquietudes. Lo anterior sin tener que llamar o visitar los establecimientos.

Objetivos

Objetivo general

Identificar, diagnosticar y poner en marcha herramientas que permitan afianzar la comunicación con los stakeholders de la IPS Holístico.

Objetivos específicos

Conocer las diferentes dinámicas comunicativas que se generan alrededor de los stakeholders de la organización.

Consolidar canales de difusión y comunicación con los stakeholders de la IPS Holístico.

Evaluar los canales de comunicación que tiene la IPS Holístico con sus clientes y empleados.

Diseñar herramientas de comunicación digitales, para afianzar la interacción con los públicos objetivos de la IPS Holístico.

Marco teórico

Basados en la teoría de los stakeholders, el marketing, publicaciones y las redes sociales, se realizó el presente trabajo. Con lo anterior se buscó direccionar no solo el objetivo desde la comunicación, sino también la articulación con los objetivos de la empresa IPS Holístico.

Los stakeholders son “cualquier individuo o grupo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de una organización” (Freeman, 1984). En 1984 Freeman fue el primero en proponer los stakeholders como una estrategia de la administración, ya que según él las organizaciones debían considerar no sólo las necesidades de todos los interesados de la entidad. Estos abarcan una amplia variedad de actores que son: accionistas, inversores, empleados y sus representantes, clientes y consumidores, comunidades nacionales y locales, autoridades públicas como gobiernos, instituciones regionales y locales, organizaciones públicas e internacionales, sociedad civil como miembros, asociaciones, ONG’S, proveedores, medios de comunicación, consultorías, etc.

Para alcanzar los objetivos de la IPS, la teoría de los stakeholders es el punto de partida, ya que por la identificación de estos, sus necesidades y sus intereses, se desarrollaran estrategias que posibiliten obtener el apoyo requerido. Con la información obtenida y las estrategias adecuadas que van encaminadas a la gestión de expectativas de los actores.

Uno de los objetivos del concepto de stakeholders como teoría es afirmar y mostrar que la gestión de un proyecto es la responsabilidad no sólo de los financiadores y ejecutores,

sino también de los demás individuos o grupos que tienen algún interés en las acciones y decisiones de dicho proyecto (Freeman, 1994). Teniendo presente el tipo de entidad que es el IPS Holístico y volviendo a sus ejes misionales donde prima la calidad en su servicio y la convicción por brindar servicios integrales a sus clientes, se puede pensar en el estudio de estos para la dinamización de los procesos de comunicación.

Para el caso se trabajara más enfáticamente sobre los clientes y los empleados de la organización.

Marketing

“Proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios.” (Kotler, 1995). La idea del mercadeo es crear soluciones para que el cliente y la empresa encargada de su realización se sientan satisfechos y ambas partes queden beneficiadas. Como dice Kloter: para que el intercambio de beneficios se dé se deben empezar teniendo en cuenta varias condiciones:

Debe haber al menos dos partes.

Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.

Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.

Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.

Cada parte debe creer que es apropiado.

El marketing entonces es un conjunto de ideas, procesos e influencias cuyo objetivo principal es atraer cualquier tipo de mercado, para lograr los objetivos que desea el cliente y satisfacer sus necesidades. El marketing es sencillamente la manera como se administra el mercado y la comercialización de este dentro de la empresa. La idea de esto es que los

clientes se fidelicen con la organización, además de lograr que el producto en el que se está trabajando quede en la mente del consumidor y así se tendrá por sentado que la marca ya está posicionada. (Kloter: 2003)

Redes Sociales

Para el caso, las redes sociales son las plataformas por las cuales se brindara mayor atención a los clientes. En el contexto online hay diferentes valoraciones a la hora de clasificar las diferentes redes sociales de Internet. Algunos análisis sobre los diferentes tipos de redes sociales destacan unas clasificaciones complejas, diferenciándolas en base a:

- 1.- El público objetivo y la temática: diferencia entre las redes horizontales y verticales.
- 2.- El sujeto principal: las clasifica entre redes humanas, de contenidos y de objetos.
- 3.- La localización geográfica: diferencia entre redes sociales sedentarias y nómadas.

La plataforma: las diferencia entre la Red Social MMORPG y Metaversos y la red social Web.” (Borja Urretabizkaia, 2012)

Con la IPS Holístico se usaron las redes Facebook y Twitter.

Publicaciones

Las publicaciones son las plataformas que permiten compartir contenido con trabajadores, clientes o cualquier persona en la Red, de tal manera que aportamos un valor en el contenido que publicamos. Por ejemplo, se puede compartir todas las presentaciones y conferencias que realiza la empresa, con esto se conseguirá, por un lado, incrementar el Branding de la marca y por otro la posibilidad de mejorar el posicionamiento como expertos

en el tema del que se habla. También se puede utilizar estas plataformas como canal de captación de correos electrónicos, con el fin de incrementar la base de datos de potenciales clientes.

Ejemplos de publicaciones: Blogger, Joomla, Slideshare, TypePad, Wikia, Wordpress

Interacción social

El texto de Marta Rizo García “Comunicación e interacción social” estudia el aporte de la comunicación al estudio de la relación entre ciudad, identidad e inmigración, mientras establece vínculos entre la comunicación y la interacción social.

El texto define la comunicación como el proceso básico para construir vida social y analiza varios puntos específicos:

“Comunicación como dimensión constitutiva de lo social: En este punto se dice que el término comunicación es un término polisémico, ya que se mueve en temas económicos y trata la transmisión de mensajes y signos convenidos a través de la educación, pero lo más importante es que está directamente relacionado con las relaciones humanas. Dice también que la comunicación es un sistema emergente en el que se basa el proceso de civilización de modo tal que se convierte en la base de la sociedad con fines sociales, mientras resalta que las relaciones comunicativas son el seno de los colectivos humanos y su entorno.

Abarca 4 dimensiones:

Expresión y configuración de la información.

Difusión (mass media)

Interacción.

Estructuración.

La comunicación lograda entre la IPS Holístico y sus clientes y empleados, tendrá como base la interacción social en sus cuatro dimensiones. Así la expresión será el punto de partida hasta agotar las demás dimensiones.

Metodología

Para comenzar detectando factores que influyen tanto en el clima laboral como en la prestación de servicios y satisfacción de los pacientes, se presenta entonces tanto una metodología cualitativa y cuantitativa, cualitativa para saber cuáles son los Pro y los contra que tiene la IPS tanto en relación de empleados, con los servicios prestados, convivencia, conocimiento de la institución y relación con los clientes y cómo hacer para mejorar o seguir manteniendo equilibrado estas falencias o virtudes.

Descripción de la población:

Lugar: Holístico IPS S.A.S

Población: Trabajadores de la IPS Holístico

Descripción de la población: Todas las trabajadoras tanto cosmetólogas, fisioterapeuta, regentes de farmacia, enfermeras, etc., que hacen parte del equipo de trabajo de Holístico IPS.

Muestra: trece mujeres mayores de edad, trabajadoras de la IPS Holístico.

Descripción de la muestra: Personal de Holístico IPS, mujeres entre los 21 y 40 años de edad.

Técnica de recolección de datos:

Se utilizó principalmente un modelo de encuesta de selección múltiple, realizada en presencia de un asesor para solución de dudas o inquietudes. Frente alguna pregunta.

Para solución de algunos conflictos internos de la empresa se realizaron algunos talleres:

Talleres para Holístico IPS

Objetivo de los talleres:

Fomentar y entregar herramientas que ayuden a la organización equipos de trabajo y a cada integrante a estar en armonía y en concierto con los objetivos individuales, grupales de la IPS.

Las charlas y talleres se entregaron en el comienzo de la jornada laboral, en los días que la jefe inmediata los aprobó.

Los objetivos específicos de dichas charlas y talleres fueron:

Promover la superación del estrés, la recuperación de la salud y la prevención del desgaste individual, entendido éste como red inmediata de soporte social y laboral

Trabajar los principios del Biocoaching

Efectividad: Hacer lo que tengo que hacer bien desde la primera vez. Mínimo costo, mínimo tiempo, mínimo esfuerzo

Respeto: No atropellar al otro.

Responsabilidad: Hacer lo que tengo que hacer, cumplir con mis obligaciones.

Liviandad: No llevar rencores o malos recuerdos que surgieron en algún momento en la IPS.

Legalidad: cumplir las normas.

Mostrar que actividades pueden fomentar el buen ambiente laboral de Holístico IPS

Negociación. Gana a gana

Trabajo en equipo

Liderazgo

Resistencia al cambio

Gestión del conocimiento.

Módulos

1 modulo: ¿cómo estamos?

Charla grupal de manera participativa de cómo van las funciones en la IPS, que creen pueden mejorar o implementar, y a nivel personal como se encuentran para un mejor rendimiento en sus labores.

2 modulo: caja de herramientas

Aplicaciones de herramientas específicas para poder cumplir con las metas trazadas de la IPS, sin olvidar las motivaciones individuales de cada empleado.

3 modulo “nuestro sueño”

el poder de la intención de cómo se están manejando todas la labores para poder cumplir ese sueño, que estoy haciendo para poder llegar a el. El enfoque hacia la construcción de este mismo.

Satisfacción del cliente

Para conocer la satisfacción del usuario también fue necesario crear una encuesta sencilla en la cual el objetivo es tener una muestra de la mitad de los pacientes atendidos

cada mes para contestar a ciertas preguntas que harán que la IPS vaya mejorando algunos aspectos generales:

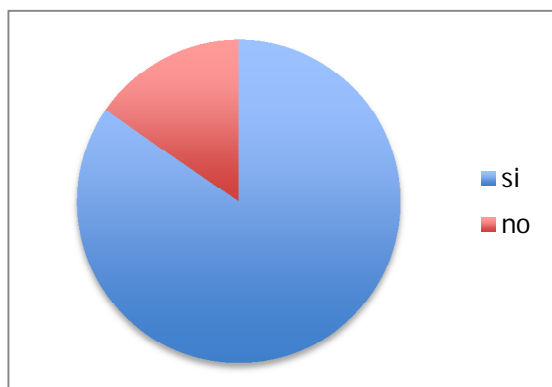
Resultados

La encuesta realizada a los empleados de la IPS Holístico arrojó los siguientes resultados:

¿conoce la misión de HOLISTICO IPS S.A.S?

Un gran porcentaje es conocedor de la misión de la IPS Holístico.

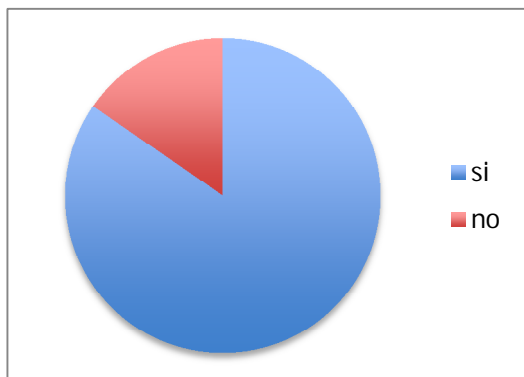
Grafica 1. Misión



¿Conoce la visión de HOLISTICO IPS S.A.S?

El porcentaje que conoce la misión de la IPS es el mismo que conoce la visión.

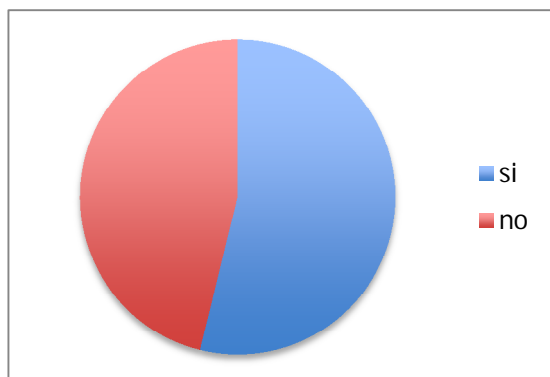
Grafica 2. Visión



¿Le han informado sobre que filosofía sigue HOLISTICO IPS S.A.S?

La mitad de sus empleados conocen la filosofía Holístico que maneja la IPS.

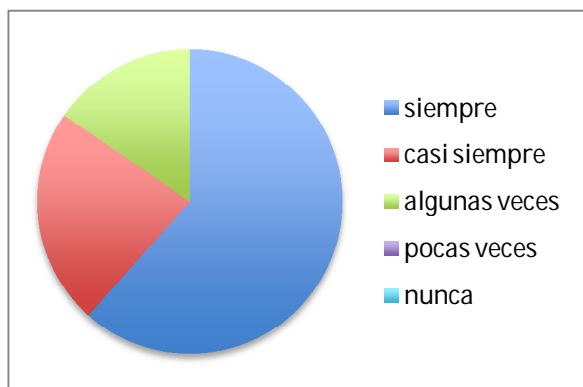
Grafica 3. Filosofía



¿Cree que las actividades que realiza conllevan al cumplimiento del funcionamiento de HOLISTICO IPS S.A.S?

Casi siempre las actividades realizadas conllevan al cumplimiento del funcionamiento de la IPS Holístico, ya que algunas de las otras actividades que realizan sus empleados son para trabajo fuera la esta.

Grafica 4. Funcionamiento

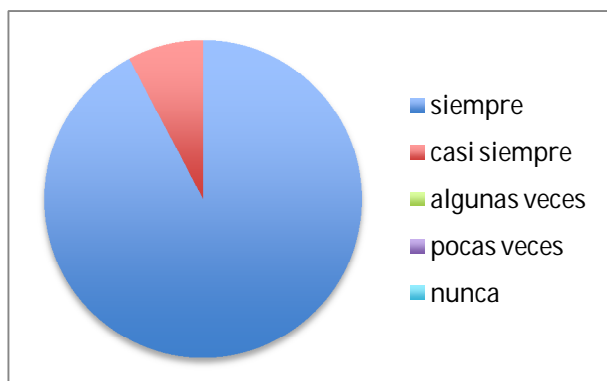


PARTE 2.

¿Las actividades que realiza van de acuerdo con su puesto?

En muy pocas oportunidades las actividades pueden variar, casi siempre van sujetas a su puesto de trabajo, al menos de que se necesite alguna ayuda extra en alguna actividad de la IPS Holístico.

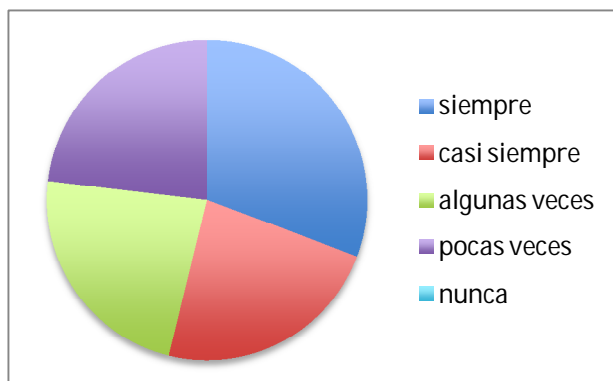
Grafica 5. Actividades



¿La división de las áreas de trabajo son adecuadas para el buen funcionamiento de HOLISTICO IPS S.A.S?

Esta pregunta arrojó diferentes resultados ya que varía según la cantidad de procedimientos realizados en la IPS Holístico.

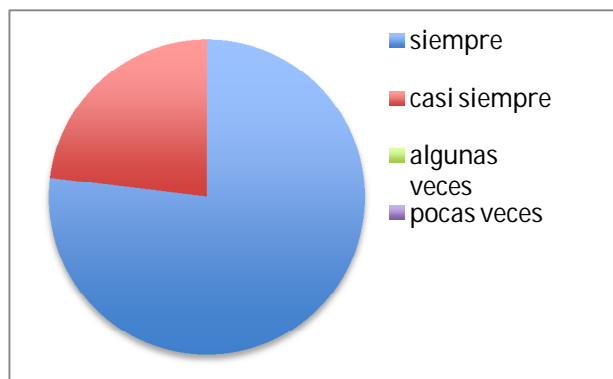
Grafica 6. División de áreas



¿Su puesto permite que desarrolle al máximo todas sus habilidades?

Las habilidades y conocimientos de cada empleado en la IPS Holístico está acorde a sus funciones a realizar en esta.

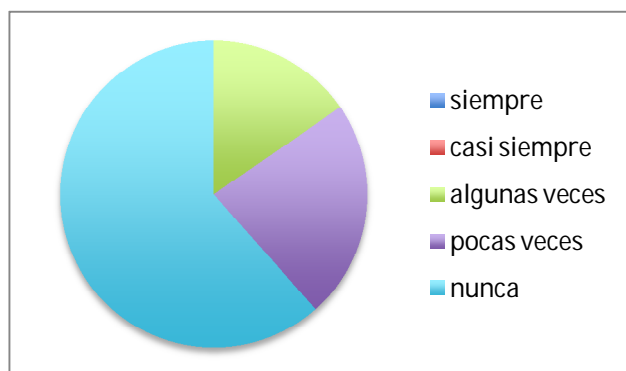
Grafica 7. Habilidades



¿HOLISTICO IPS S.A.S frecuentemente realiza rotación de puestos para eliminar el trabajo monótono?

Aunque se puede tornar monótono la realización de tareas en la IPS Holístico, es importante que cada uno realice su función, ya que todos son especialistas y profesionales en diferentes áreas.

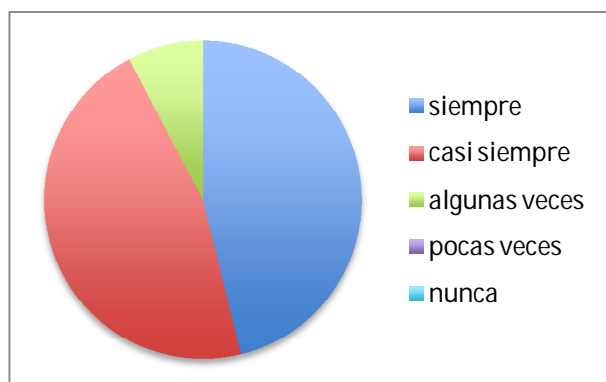
Grafica 8. Rotación



¿el personal con el que cuenta HOLISTICO IPS S.A.S es suficiente para llevar a cabo todas sus operaciones?

El personal que presenta la IPS Holístico es suficiente para la realización de todas las actividades que se presentan, aunque a veces son muchos los procedimientos realizados y requieren de más cosmetólogas para que así todas las actividades del día se cumplan con excelentes resultados.

Grafica 9. Personal

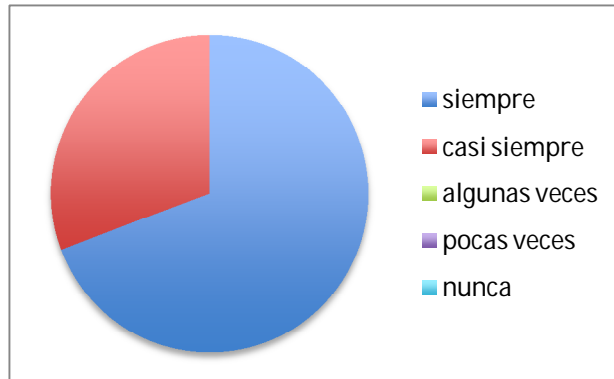


PARTE 3.

¿La comunicación con su jefe es frecuente?

Es importante mantener una buena comunicación con sus jefes y que esta sea frecuente para que estos estén pendientes de las actividades y las funciones realizadas en la IPS Holístico.

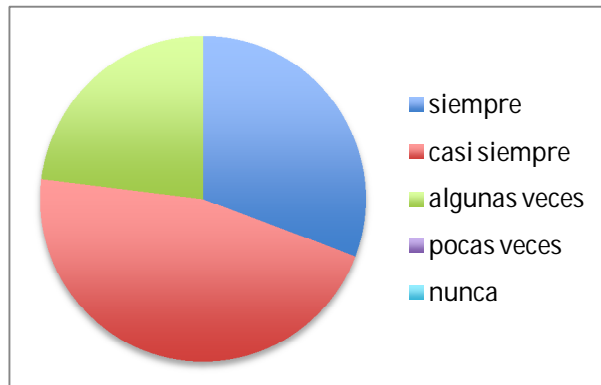
Grafica 10. Comunicación



¿La relación con sus compañeros de trabajo es buena?

Se trata de mantener una buena relación entre los compañeros de trabajo mostrando un buen trato y una buena comunicación entre ellos.

Grafica 11. Relación



¿El trabajo en equipo es indispensable para llevar a cabo sus tareas asignadas?

El trabajo en equipo siempre es importante para realizar cualquier tipo de trabajo en una empresa ya que de un buen trabajo en equipo se obtienen excelentes resultados.

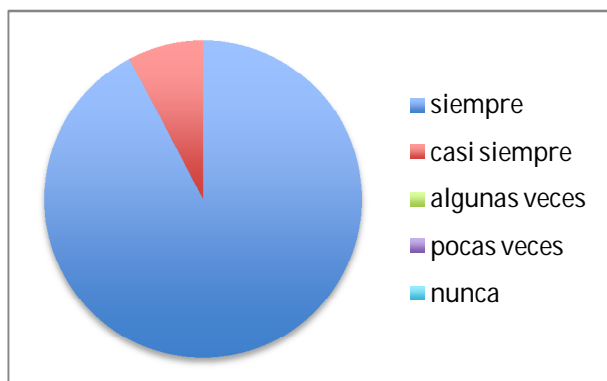
Grafica 12. Trabajo en equipo



¿HOISTICO IPS S.A.S brinda la oportunidad de aprender y crecer en el trabajo?

La IPS Holístico brinda oportunidades de tiempo y espacio para que cada una de sus empleadas puedan estudiar o realizar otras actividades de crecimiento para su trabajo a nivel profesional.

Grafica 13. Aprendizaje



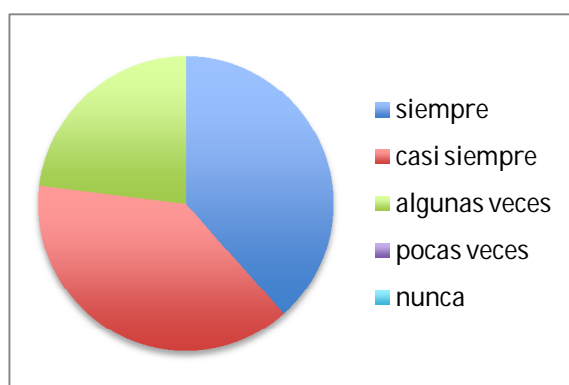
¿el ambiente en el trabajo es satisfactorio?

Las respuestas fueron muy compartidas sobre la satisfacción o no ya que la algunas concluyeron que al ser todas mujeres se presentaba algún tipo de inconformidad para hacer un ambiente totalmente satisfactorio en la IPS Holístico

Grafica 14. Ambiente**PARTE 4.**

¿Recibe algún tipo de motivaciones por parte de los directivos?

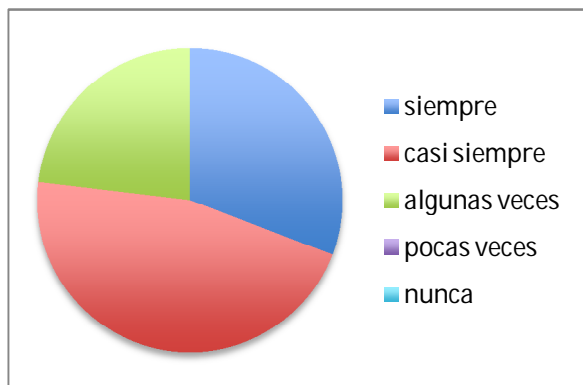
Una motivación para realizar un buen trabajo viene de la parte de los directivos mostrando un gran apoyo en cada una de las actividades realizadas por los empleados de la IPS Holístico

Grafica 15. Motivación

¿HOLISTICO IPS S.A.S recompensa a sus empleados por el trabajo bien hecho?

Si se hace un trabajo bien hecho es importante reconocer y dar un reconocimiento a los empleados, en la IPS se presenta con varias actividades una de ella es el reconocimiento del empleado del mes.

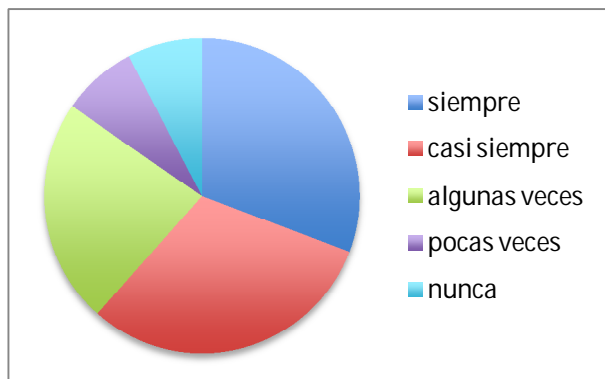
Grafica 16. Recompensa



¿HOLISTICO IPS S.A.S ofrece incentivos para incrementar su desempeño?

La IPS Holístico es importante ofrecer incentivos o reconocimientos por un buen desempeño en las funciones realizadas por el empleado, para que estos se sientan motivados a seguir mostrando buenos resultados en la institución.

Grafica 17. Incentivación

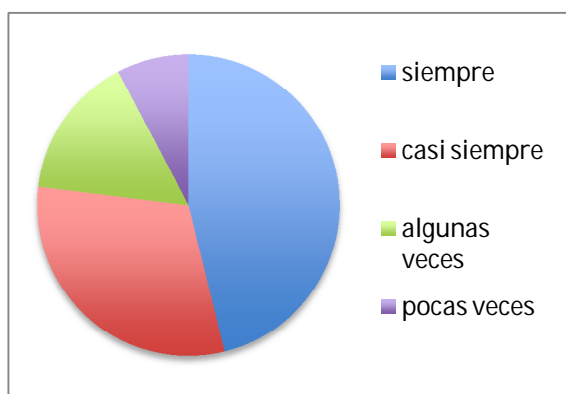


PARTE 5.

¿Los directivos supervisan las actividades que realizan los empleados?

La mayoría de veces y según la importancia de las funciones en la IPS los directivos revisan el funcionamiento de ellos.

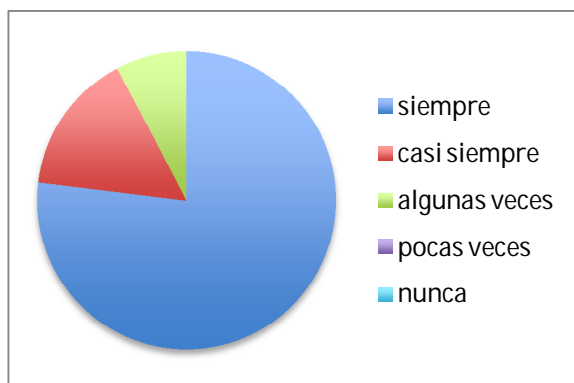
Grafica 18. Supervisión



¿le interesa influir en los demás aportando nuevos conocimientos?

Para cada uno de los empleados es importante implementar el conocimiento obtenido por fuera de la IPS para el crecimiento de esta y sus compañeros.

Grafica 19. Influir en conocimiento



¿HOLISTICO IPS S.A.S toma en cuenta sus ideas para mejoramiento de su trabajo?

Aunque las desiciones son tomadas por la parte administrativa, cada aporte o sugerencia que prestan sus empleados para el mejoramiento de los servicios que prestan la IPS son tomados en cuenta y llevados a cabo.

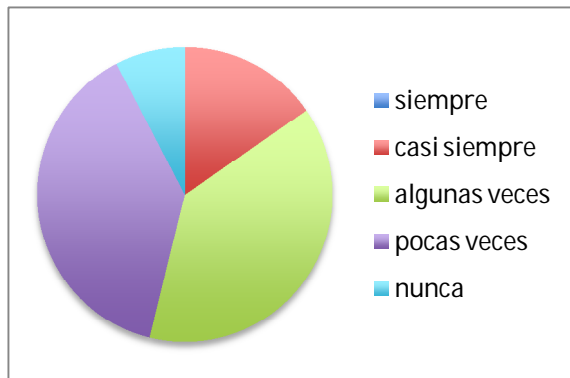
Grafica 20. Ideas



¿Se ofrecen programas de capacitación para desarrollar bien sus actividades?

Los programas de capacitación para los empleados son importantes y aunque algunas veces se les presta capacitaciones para nuevos conocimientos en la parte de salud y estética estas van aumentando y se van volviendo más notorios a transcurrir el tiempo.

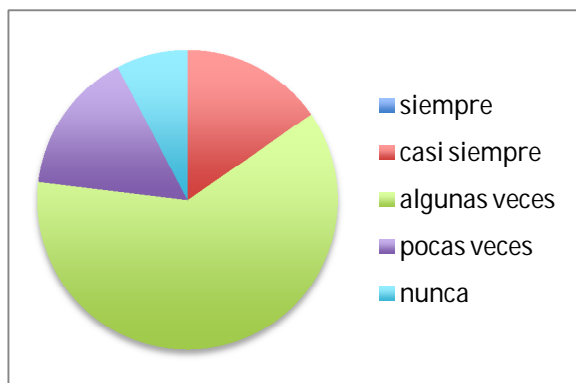
Grafica 21. Capacitación



¿HOLISTICO IPS S.A.S permite la toma de decisiones por parte de los empleados?

La mayoría de las veces las decisiones de la empresa son tomadas solo de la parte administrativa, algunas o pocas veces se les permite a los empleados la toma de decisiones definitivas aunque es muy importante la opinión de estos en cada nueva estrategia de la IPS

Grafica 22. Decisiones

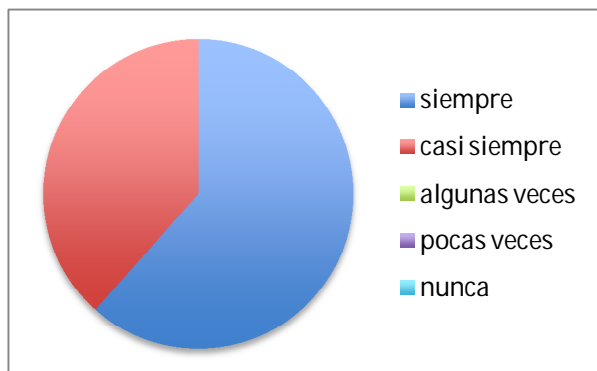


PARTE 6.

¿Los medios empleados por HOLISTICO IPS S.A.S para realizar su trabajo son adecuados?

El material y medios que ofrece la IPS son adecuados para la obtención de un buen trabajo y resultado de sus empleados. Cada empleado cuenta con los medios necesarios para realizar sus labores.

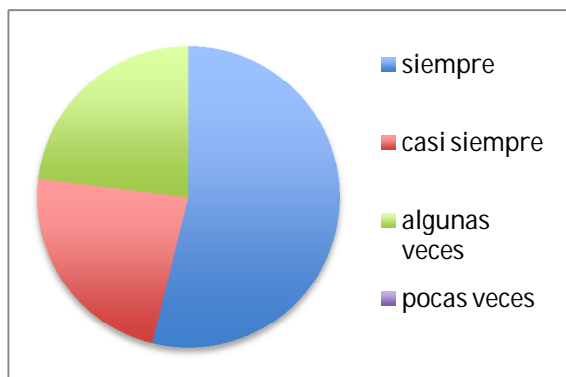
Grafica 23. Medios empleados



¿HOLISTICO IPS S.A.S frecuentemente se actualiza en los avances tecnológicos?

Para tener mejores resultados en los trabajos realizados por la IPS Holístico es necesario actualizar máquinas de procedimientos de última tecnología.

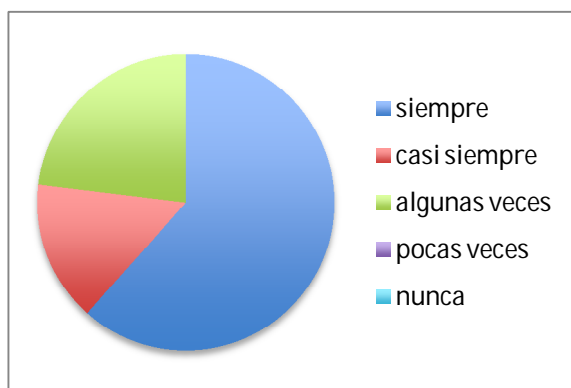
Grafica 24. Avances tecnológicos



¿La tecnología le ayuda a incrementar su rendimiento?

Aunque para todos los servicios que se prestan en la IPS no es necesario el uso de tecnología para el rendimiento de sus labores establecidas, en un 62% es indispensable para obtener mejores resultados de sus funciones.

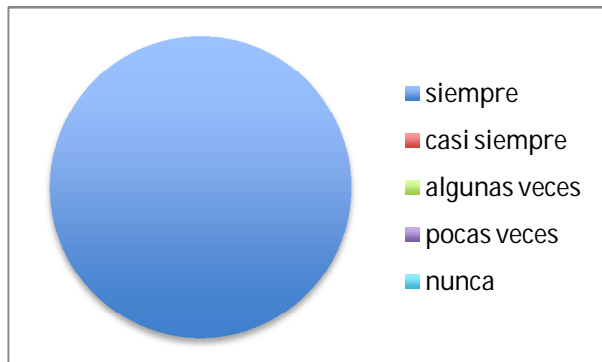
Grafica 25. Rendimiento



¿Presta información de los servicios de HOLISTICO IPS S.A.S a personas externas a esta?

Todos los empleados de la IPS Holístico ofrece información y suministra conocimientos a personas externas de esta, motivando así a estas personas adquirir los servicios prestados por la institución.

Grafica 26. Información de la empresa



Encuesta de la satisfacción del cliente.

Según la encuesta realizada sobre la satisfacción de atención, consultoría y estadía en la IPS, se puede concluir que cada mes fue de una mejora rotunda en el servicio ofrecido a los pacientes, en un 89% estos se sienten muy conformes y califican como “bueno” la atención y asesoría prestada por la institución. Los puntos que se vieron en repetidas ocasiones con puestos de “regular” están en la programación de citas y cumplimiento con estas, también el uso oportuno de las llamadas telefónicas ya que estas se mantienen congestionadas y no se puede brindar una información detallada donde el paciente se sienta totalmente satisfecho.

En el primer mes que fue febrero se radico un signo “malo” que fue la agilidad en resolver dudas por el personal, punto el cual a medida de los meses mostró una mejora notoria.

Conclusiones

El trabajo de practica tuvo un proceso de cinco meses durante el primer semestre del año 2013.

El proceso fue satisfactorio, se recurrió a base de datos virtuales, conocimientos de la asesora de practica Lina Martínez, y jefe inmediata de la IPS Patricia Gómez, todo fue un proceso que ayudara a la realización del portafolio de servicios de la organización.

Se tuvo en cuenta cuatro objetivos específicos que respaldan un objetivo general y es importante analizar si estos objetivos se cumplen después de haber dado por terminado el periodo de práctica.

Al conocer las diferentes dinámicas comunicativas que se generan alrededor de los clientes y empleados de la IPS se puede inferir que es una comunicación horizontal donde la información solo se maneja en la parte administrativa de la IPS, es importante entonces recurrir a varios recursos para que esa información que es necesaria para todos los empleados y clientes fluya de una manera correcta a cada uno de estos, utilizando el lenguaje adecuado.

Al crear canales como Facebook , twitter, carteleras, correos, con los stakeholder de la IPS Holístico, se ve que hay un buen manejo y aceptación de ellos y permite que la comunicación sea más fácil y rápida dando información de servicios, logros, recomendaciones y promociones de la organización.

Al tratar de conocer las percepciones de los empleados y clientes que tienen los empleados sobre la IPS Holístico, se crea un encuesta de satisfacción para los clientes donde el nivel de agrado por la prestación de servicios y procedimientos es buena, y en los

empleados se crean unos talleres donde muestran gran apoyo y familiarización con los objetivos y estrategias que se están implementando en la empresa.

Se diseña un portafolio Web en el cual tanto empleados como clientes tienen la facilidad de conocer los servicios prestados por la IPS Holístico, de esta manera es más sencillo conocer tanto el procedimiento al que les gustaría proceder y a los empleados dar conocimiento de cada procedimiento.

Recomendaciones

El trabajo de practica mostró grandes fortalezas en la implementación de algunos módulos para el clima organizacional como tal de todos los empleados de la IPS, además los canales de difusión para publicidad de los servicios prestados en esta también fueron de gran ayuda, teniendo en cuenta las encuestas de satisfacción de los clientes. Hay grandes falencias en la parte de comunicaciones que llevan a dejar algunas recomendaciones u estrategias.

Crear una página Web que permita mostrar y vender los servicios dejados en el portafolio de la IPS.

Formar diferentes estrategias donde se incentiven a los trabajadores por sus labores prestadas en la IPS.

Fortalecer cada uno de los medios de comunicación interna en la IPS, carteleras, charlas, talleres, etc.

Dialogar con los grupos de interés puede contribuir a la acción para el progreso continuo.

Un bueno conocimiento de los grupos de interés y el establecimiento de un dialogo permanente con ellos es una garantía para el desarrollo sostenible de las actividades de la empresa

Referencias

Borja, Urretabizkaia. (2012). *Bienvenidos a Marketing en Redes Sociales*. Recuperado de <http://comunidad.iebschool.com/marketingenredessociales/tipos-de-redes-sociales/#.Ugk4tJIbe8A>

Falcao M. y F. Fontes. (1999). ¿En quién se pone el foco? Identificando stakeholders para la formulación de la misión organizacional. *Revista del CLAD Reforma y Democracia* 15, 111-140.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.

Freeman, R.E. (1994). The politics of stakeholder theory. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 4, No. 4 (Oct., 1994), pp. 409-421.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson

Apéndices

MANUAL DE FUNCIONES PERSONAL ADMINISTRATIVO – ASISTENCIAL Y DE APOYO DE HOLISTICO IPS S.A.S.

El personal de Holístico IPS están en la obligación de:

Acatar los protocolos establecidos en la Institución.

Cumplir con el Reglamento Interno de Trabajo.

Excelente atención y servicio al paciente, usuarios y personal en general.

Observar rigurosamente las normas que le fije el jefe encargado para la realización de la labor a que se refiere el presente contrato.

Guardar absoluta reserva, salvo autorización expresa del jefe encargado de todas aquellas informaciones que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo, y que sean por naturaleza privadas.

Guardar el secreto profesional, no revelar información confidencial y privada de los pacientes, así mismo velar por salvaguardar la intimidad de los pacientes.

Ejecutar por sí mismo las funciones asignadas y cumplir estrictamente las instrucciones que le sean dadas por el empleador, o por quienes la representen, respecto del desarrollo de sus actividades.

Programar diariamente su trabajo y asistir puntualmente al mismo y a las reuniones a que cite el jefe encargado o quienes lo representen.

Informar al médico cualquier anomalía que evidencie en los pacientes.

Acatar en el desarrollo de sus funciones las normas de bioseguridad.

Cuidar permanentemente los intereses del empleador.

Dedicar la totalidad de su jornada de trabajo a cumplir a cabalidad con sus funciones.

Observar completa armonía, respeto, tolerancia y comprensión con los pacientes y/o usuarios, con sus superiores y compañeros de trabajo, en sus relaciones personales y en la ejecución de su labor.

Cumplir permanentemente con espíritu de lealtad, colaboración y disciplina con la empresa.

Velar por el buen uso y mantenimiento de los equipos y elementos entregados para el desempeño de su trabajo.

Informar inmediatamente del daño de cualquier equipo o elemento de trabajo.

Hacer buen uso del teléfono, el cual es para uso exclusivo del trabajo.

Mantener en perfecto orden y aseo equipos, elementos y lugar de trabajo.

Mantener puesto el uniforme completo, portar el carnet institucional, usar maquillaje suave y accesorios discretos; conservando una excelente presentación personal.

Acatar las órdenes e instrucciones de la Directora de Cosmetología.

Avisar oportunamente y por escrito, todo cambio de dirección y teléfonos.

Las demás consagradas en el artículo 58 del código sustantivo del trabajo.

Misión y Visión

Misión

HOLISTICO IPS, tiene como compromiso brindar una atención con calidad al ser humano en forma integral, con un equipo interdisciplinario en medicina estética y alternativa; integrando el bienestar físico, mental, emocional y espiritual de nuestros usuarios, mejorando cada día en tecnología, recursos y conocimiento.

Visión

En el 2016 HOLISTICO IPS será líder en el ámbito de la medicina y la estética para el Área Metropolitana del norte de Aburra, destacándose por tener un personal altamente calificado y una mejora continua de sus servicios y procesos en Pro de la satisfacción de los clientes.

HOLISTICO IPS S.A.S

ENCUESTA

NOMBRE: _____

EDAD: _____ ESTADO CIVIL: _____ NUMERO DE HIJOS: _____

CARGO: _____ ESTRATO: _____

El objetivo de estas preguntas es para mejorar la productividad tanto en servicio como satisfacción de empleados de HOLISTICO IPS S.A.S. La información acá escrita se maneja de manera confidencial.

Marque con una X la respuesta que considere correcta.

PARTE 1.

¿conoce la misión de HOLISTICO IPS S.A.S?

Si

No

¿conoce la visión de HOLISTICO IPS S.A.S?

Si

No

¿le han informado sobre que filosofía sigue HOLISTICO IPS S.A.S?

Si

No

¿cree que las actividades que realiza conllevan al cumplimiento del funcionamiento de
HOLISTICO IPS S.A.S?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

PARTE 2.

¿las actividades que realiza van de acuerdo con su puesto?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿la división de las áreas de trabajo son adecuadas para el buen funcionamiento de
HOLISTICO IPS S.A.S?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿su puesto permite que desarrolle al máximo todas sus habilidades?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S frecuentemente realiza rotación de puestos para eliminar el trabajo monótono?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿El personal con el que cuenta HOLISTICO IPS S.A.S es suficiente para llevar a cabo todas sus operaciones?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

PARTE 3.

¿La comunicación con su jefe es frecuente?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿La relación con sus compañeros de trabajo es buena?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿El trabajo en equipo es indispensable para llevar a cabo sus tareas asignadas?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S brinda la oportunidad de aprender y crecer en el trabajo?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿El ambiente en el trabajo es satisfactorio?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

PARTE 4.

¿Recibe algún tipo de motivaciones por parte de los directivos?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S recompensa a sus empleados por el trabajo bien hecho?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S ofrece incentivos para incrementar su desempeño?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

PARTE 5.

¿Los directivos supervisan las actividades que realizan los empleados?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿Le interesa influir en los demás aportando nuevos conocimientos?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S toma en cuenta sus ideas para mejoramiento de su trabajo?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿Se ofrecen programas de capacitación para desarrollar bien sus actividades?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S permite la toma de decisiones por parte de los empleados?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

PARTE 6.

¿Los medios empleados por HOLISTICO IPS S.A.S para realizar su trabajo son adecuados?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿HOLISTICO IPS S.A.S frecuentemente se actualiza en los avances tecnológicos?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿La tecnología le ayuda a incrementar su rendimiento?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿Presta información de los servicios de HOLISTICO IPS S.A.S a personas externas a esta?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¡GRACIAS POR SU TIEMPO!

Con el objetivo de ofrecerle una atención con calidad le solicitamos diligenciar esta encuesta con una X en los criterios de calificación 3. Bueno, calificación 2. Regular y calificación 1. Deficiente.

Evaluación

Preguntas	1.	2.	3.
1. Atención telefónica.			
2. Atención en Recepción.			
3. Tiempo de espera en la atención médica.			
4. Tiempo de espera en la atención cosmetología.			
5. Calidad de la atención.			
6. Satisfacción con la información y recomendaciones.			
7. Comodidad de las instalaciones físicas.			
8. Satisfacción con los resultados obtenidos en su tratamiento.			

Sugerencias:

Si usted desea recibir información respecto a las sugerencias, diligencie los siguientes datos:

Nombre: _____ Teléfono: _____

Fecha: _____

Gracias por su participación

Referencias

BORJA, Urretabizkaia, tipos de redes sociales en internet, iebschool, 2012.

FALCAO M. y F. Fontes. 1999. ¿En quién se pone el foco? Identificando stakeholders para la formulación de la misión organizacional. Revista del CLAD Reforma y Democracia 15, 111-140.

FREEMAN, R.E. 1984. Strategic management: a stakeholder approach. Pitman, Boston, MA.

FREEMAN, R.E. 1994. The politics of stakeholder theory. Bus. Ethics Quart. 4(4), 409-421.

ICONTEC. Guía técnica colombiana. Editada por Instituto de Normas Técnicas y Certificación. Bogotá. 2008. 88 pág.

KOTLER, Philip (2003), Fundamentos de Marketing, 6ª edición, 712 páginas, Pearson Educación de México, S.A. de C.V. ISBN 970-26-0400-1.