



Universidad San Francisco de Quito

Campañas de Comunicación Interna

Cliente:

Clínica Santa Lucía

Prof. Gustavo Cusot / Gabriela Falconí

Realizada por:

Diana Stephanie Cabrera Rodríguez.

- **Objetivo General.-**

Implementar 4 campañas de comunicación interna en la Clínica Santa Lucía con el fin de mejorar el grado de conocimiento y efectividad de las herramientas de comunicación y de la identidad corporativa de la empresa.

- **Problemas comunicacionales.-**

1. Falta de conocimiento de la cultura empresarial.
2. Falta de Herramientas de Comunicación
3. Falla en los Canales de Comunicación
4. Ausencia de integración.

- **Propuesta de campañas.-**

- Campaña 1: ***“Conociendo a la familia Santa Lucía”***.

Objetivo.-

Dar a conocer la cultura empresarial de la Clínica Santa Lucía al nuevo empleado con el fin de identificar a la organización y reforzar la misma a los empleados que ya forman parte de la empresa.

Fase informativa.-

Video institucional con información sobre la cultura empresarial y la responsabilidad social de la empresa.

Fase de recordación.-

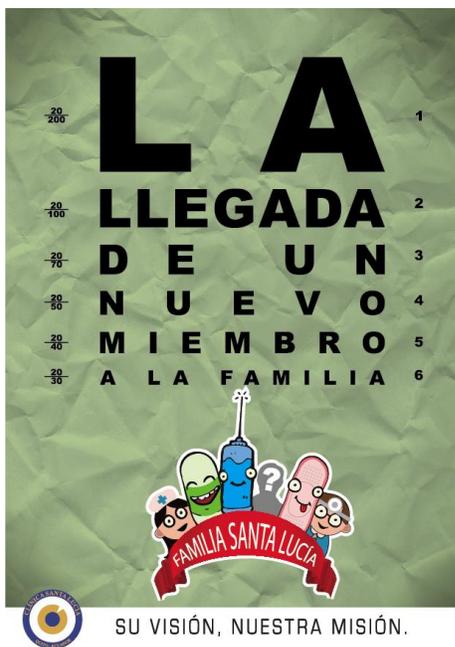
Se entregará a todos los empleados un jarro mágico personalizado con el nombre de cada empleado, la foto de la familia Santa Lucía, el logo de la clínica y dos frases de recordación.

- Campaña 2: **“Un nuevo miembro llega a la familia”**.

Objetivo.-

Dar a conocer a los empleados de la Clínica Santa Lucía la llegada del nuevo Gerente General y de la misma manera activar el canal ascendente.

Fase de expectativa.-



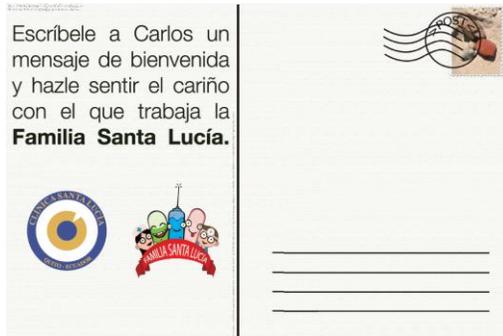
Se colocaran los afiches en las oficinas internas de los diferentes departamentos de la Clínica Santa Lucía.

Fase informativa.-



Los afiches de bienvenida al nuevo Gerente General serán colocados en los mismos lugares donde estuvieron colocados los afiches de la campaña de expectativa.

Fase de recordación.-



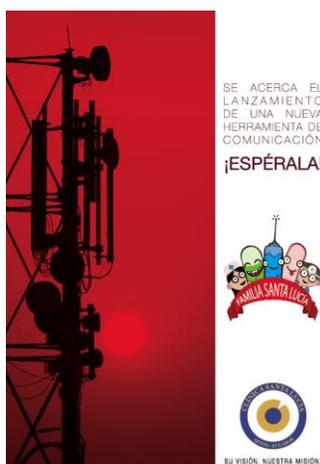
Cada empleado escribirá en la postal un mensaje de bienvenida y/o sugerencia para el nuevo Gerente General con el fin de activar el canal ascendente.

- Campaña 3: ***“Equipando nuestra casa”***

Objetivo.-

Eliminar los rumores y mejorar la comunicación interna de la clínica mediante estrategias de comunicación interna con el fin de fortalecer e implementar nuevos canales de comunicación.

Fase de expectativa.-



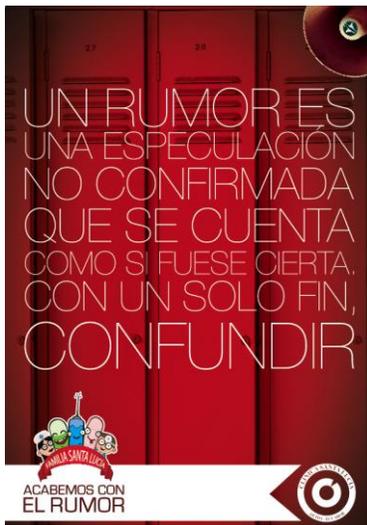
Los afiches se colocarán en las oficinas internas de los diferentes departamentos de la Clínica Santa Lucía.

Fase informativa.-



Se les enviará a los empleados un sobre personalizado, el mismo que contendrá unas tarjetas con el nombre de usuario, contraseña y las instrucciones para acceder a su nueva herramienta de comunicación el INTRANET.

Fase de recordación.-



Estos afiches estarán colocados en las oficinas internas de la clínica un día antes de enviar a los empleados el formulario de satisfacción del intranet.

EVALUACIÓN INTRANET

RESPONDA LEVANTANDO EL PUNTAJE CON TOTAL, PARCIALMENTE Y ABSOLUTAMENTE, PARA UN CUERPO QUE HA COMENZADO A SER SERVIDOR PARA RELACIONES SERVIDOR. TODA LA INFORMACIÓN SERÁ TOTALMENTE PROTEGIDA Y NO SERÁ UTILIZADA PARA NINGUNA FINALIDAD.

¿QUÉ LE PARECE EL FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA INTRANET??

¿QUÉ OPINAS DE ÉL?

¿QUÉ CAMBIO EN LA CLÍNICA?

¿ES COMPLICADO USARLO?

¿CÓMO HAN CAMBIADO LAS RELACIONES INTERPERSONALES?

¿EXTRANAS EL CHISME? ¿POR QUÉ?

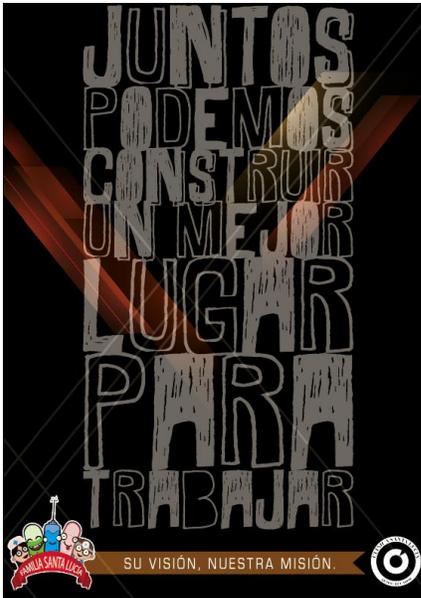
La evaluación intranet será enviada a todo el personal de la clínica para conocer el grado de agrado y desagrado del mismo.

- Campaña 4: “**Compartiendo en familia**”

Objetivo.-

Integrar al personal y hacerles sentir parte de la familia Santa Lucía con el fin de restablecer las relaciones entre empleados y accionistas para así mejorar el clima laboral en la empresa.

Fase de expectativa.-

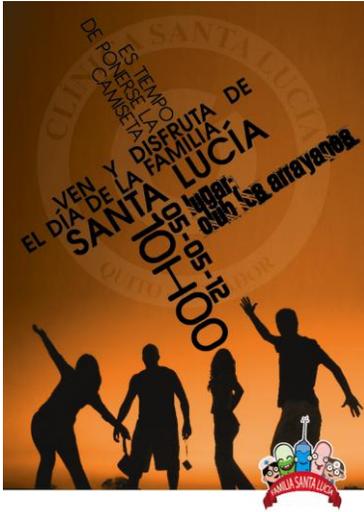


Se le mandará un mailing a todos los empleados con este boletín.



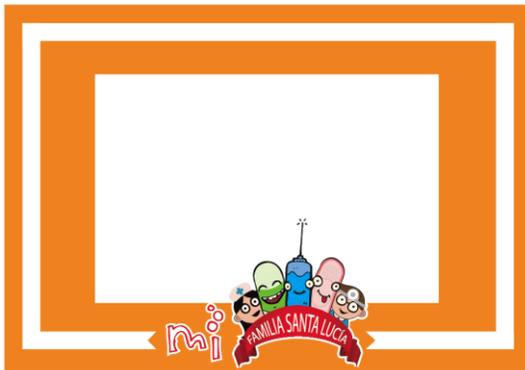
Y a la vez se les enviará una camiseta con los miembros de la familia Santa Lucía y una nota que diga: “Tienes ante ti un nuevo reto, **una nueva etapa**”

Fase informativa.-



Se les enviará un mailing a todos los empleados de la clínica invitándoles al Día de la Familia Santa Lucía con el fin de pasar una mañana en familia fuera de lo cotidiano. Este día todos utilizarán por primera vez las camisetas.

Fase de recordación.-



Se les entregará a cada uno de los empleados un porta retrato de cartón con una foto del día del evento para que lo tengan en sus escritorios con el fin de recordarles que las personas que están en la foto son su familia de trabajo.

- **Presupuesto detallado por Campaña.-**

Campaña 1.-

Concepto	Precio Unitario	Total
1 Video Institucional	1.500	1.500
20 copias video institucional	1.50	30.00
20 jarros mágicos personalizados	15.00	300.00
Total		1.830

Campaña 2.-

Concepto	Precio Unitario	Total
8 Afiches	1.50	12.00
12 postales anuncio	0.60	7.20
12 postales bienvenida	0.60	7.20
Total		26.40

Campaña 3.-

Concepto	Precio Unitario	Total
8 Afiches expectativa	1.50	12.00
12 sobres intranet	0.80	9.60
8 afiches rumor	1.50	12.00
Intranet	5.500	5.500
Total		5.533

Campaña 4.-

Concepto	Precio Unitario	Total
12 camisetas	15.00	180.00
Día de la Familia	18.00	216.00
Recuerdo Fotografía	3.00	36.00
Total		432.00

- **Presupuesto Total Campañas.-**

Campañas	Total
Campaña 1	1.830
Campaña 2	26.40
Campaña 3	5.533
Campaña 4	432.00
Total	7. 821, 40