

PROYECTO DE GRADO EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

DIANA SOFIA MOSCOSO NOVA

TUTOR

LUIS ERNESTO PARDO

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

BOGOTÁ, 2019

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mi familia como muestra de agradecimiento por su apoyo durante mi proceso de crecimiento y aprendizaje en la universidad y por creer en mí por encima de cualquier cosa.

A mis profesores quienes en el paso por la universidad, sus clases aportaron a mi crecimiento y a gran parte de lo que hoy soy como profesional de comunicación social y como persona.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme finalizar este logro en mi vida, al profesor Luis Ernesto Pardo por ser la persona que me guio en la creación de este proyecto y a todas las personas de la Universidad Santo Tomás que me apoyaron en el proceso de elaboración y culminación de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. CAPÍTULO 1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN FORMATIVA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. PREGUNTA PROBLEMA

1.2.2. ÁRBOL DE PROBLEMAS

1.3. JUSTIFICACIÓN

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.5. ANTECEDENTES

2. CAPITULO 2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. MARCO TEÓRICO

2.2. MARCO JURÍDICO

2.3. MARCO INSTITUCIONAL

3. CAPITULO 3 MARCO METODOLÓGICO

3.1. ENFOQUE INVESTIGATIVO

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

4. CAPITULO 4 PROPUESTA, PLAN, PROGRAMA, PROYECTO (PECO)

5. CAPITULO 5

5.1. CONCLUSIONES

5.2 RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

La implementación de las tecnologías de la información y la comunicación en las áreas de educativas han traído grandes beneficios que a través del tiempo y respondiendo a las problemáticas espaciales, temporales y económicas se logran incorporar en el ámbito organizacional, en el cual la principal actividad y su importancia recae sobre la actividad económica como base de sostenimiento desarrollada por el capital humano que debe estar en completa capacidad para realizarlas. Por esta razón a nivel interno se visualiza la importancia de la formación y capacitación del capital humano a partir de la implementación de aulas virtuales que permitan seguir el curso de los procesos que se desarrollan a nivel interno y externo.

PALABRAS CLAVE: Comunicación, formación, virtual, procesos, organizacional.

ABSTRACT

The implementation of information and communication technologies in the areas of education have brought great benefits that over time and responding to the spatial, temporal and economic problems are managed to incorporate in the organizational scope, in which the main activity and its importance falls on the economic activity as a support base developed by the human capital that must be in full capacity to perform them. For this reason, the importance of human capital formation and training is seen internally from the implementation of virtual classrooms that allow to follow the course of the processes that are developed internally and externally.

KEYWORDS: Communication, training, virtual, processes, organizational.

INTRODUCCIÓN

En el día a día de una organización se evidencian múltiples labores y procesos que producen el funcionamiento, por esta razón el desarrollo adecuado de cada actividad por colaborador es de gran importancia por lo que es conveniente contar con especificaciones para el desarrollo de funciones, por medio de las cuales se instruya de manera clara a la persona que las llevará a cabo. Teniendo en cuenta que existen procesos más complejos que otros y que el entorno en cada organización es diferente, es fundamental optimizar los procesos para que estos a futuro se puedan desarrollar de una forma más sencilla, dichas modificaciones pueden ser propuestas por los mismos funcionarios así, es fundamental contar con colaboradores capacitados y que de una u otra manera cuentan con una identidad organizacional.

De acuerdo con lo anterior la formación de los colaboradores juega un papel importante dentro de la organización como la debida instruccionalidad que se debe dar a los mismos, de esta forma este proyecto pretende responder y aportar información entorno a los procesos comunicativos organizacionales del área de Desarrollo Humano (campus virtual), respondiendo a la pregunta problema: ¿Cómo a partir de un manual de estilo se puede contribuir a la optimización de los procesos organizacionales del campus virtual de la organización Keralty? El cual se hará por medio de la especificación del proceso de montaje de los cursos virtuales, con la creación de un manual de estilo que contenga normativas para unificar el contenido del área de formación y desarrollo en el campus.

Para llevar esto a cabo, este proyecto se fundamentó en las normativas APA y Vancouver desde las que se unifican aspectos de presentación de contenido del área de salud que ayudarán a que el proceso sea más detallado y se eviten vacíos de información, por medio de las guías de unificación del contenido que se plantean

y harán parte del manual para el campus virtual con el cual se ayudará a incrementar la identidad de la organización en los colaboradores y de igual manera aporta a la optimización del proceso de montaje y manejo de contenido del aula virtual.

CAPÍTULO 1.

1. CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN FORMATIVA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Desde el departamento de Desarrollo Humano se incentiva a los colaboradores a estar en constante crecimiento tanto personal como profesional, por lo cual se identifican ciertas necesidades desde las cuales se parte para implementar actividades que contribuyan a el incremento de las habilidades de los colaboradores, de esta manera de la mano de la era tecnológica se ejecutan por medio de la plataforma virtual cursos para los perfiles y ocupaciones que existen en la organización.

Es así como dentro de las actividades desarrolladas en el departamento de desarrollo humano, se incluye el análisis de la pertinencia de desarrollar, crear, realizar el montaje y seguimiento de los cursos en el aula virtual, los cuales en algunos casos son enviados por proveedores o por funcionarios líderes especializados en las temáticas, estos en la mayoría de los casos tienen cargo de jefe y al ser la mayoría de colaboradores enfermeros y médicos, las temáticas de los cursos son en su mayoría son de salud.

Este proceso desarrollado por el departamento de DH cuenta con algunas indicaciones y pasos para llegar a sus usuarios, dichas indicaciones no son específicas por lo cual se generan vacíos informativos a la hora de creación, nuevos procesos de corrección y aumento en el tiempo de publicación y activación, de igual forma se ha encontrado que el contenido de los cursos no es muy claro en algunas ocasiones.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Durante el proceso de creación de contenido existen varios tiempos como se mencionó anteriormente y si bien es importante analizar la pertinencia de los cursos también es importante plasmar y presentar lo que se quiere, por esta razón el contenido está dirigido por una persona especializada en la temática a tratar y el montaje se realiza directamente en el departamento de Desarrollo Humano y la persona que realiza el montaje en muchas ocasiones no cuenta con conocimientos frente a las temáticas.

De esta manera al no contar con indicaciones específicas para la creación de contenido se generan vacíos informativos que producen en casos distintos errores que no permiten que el curso se presente de manera adecuada y exponga exactamente lo que se quiere. Estos errores pueden ser producidos en dos ocasiones, por errores de redacción desde la producción, ya que si bien este contenido es creado por un funcionario especializado en el tema, no es especialista en creación de contenido y también se debe considerar que es necesario plasmar un contenido que sea de fácil entendimiento y cuente con normas básicas de redacción para ser recibido por diferentes perfiles y profesiones.

En segundo lugar, el error se puede ocasionar en el proceso de montaje ya que al no ser claro el orden o el contenido no sea específico en su forma puede plasmarse de manera errónea. En cualquiera de los dos casos se genera un reproceso ya que hay que recurrir a cambiar el contenido, se alteran los tiempos estipulados para el desarrollo de la actividad, baja el interés o atracción por parte de los receptores y puede generar consecuencias no beneficiosas en los procesos realizados ya que se está aprendiendo de forma errada los contenidos por los funcionarios que están siendo capacitados.

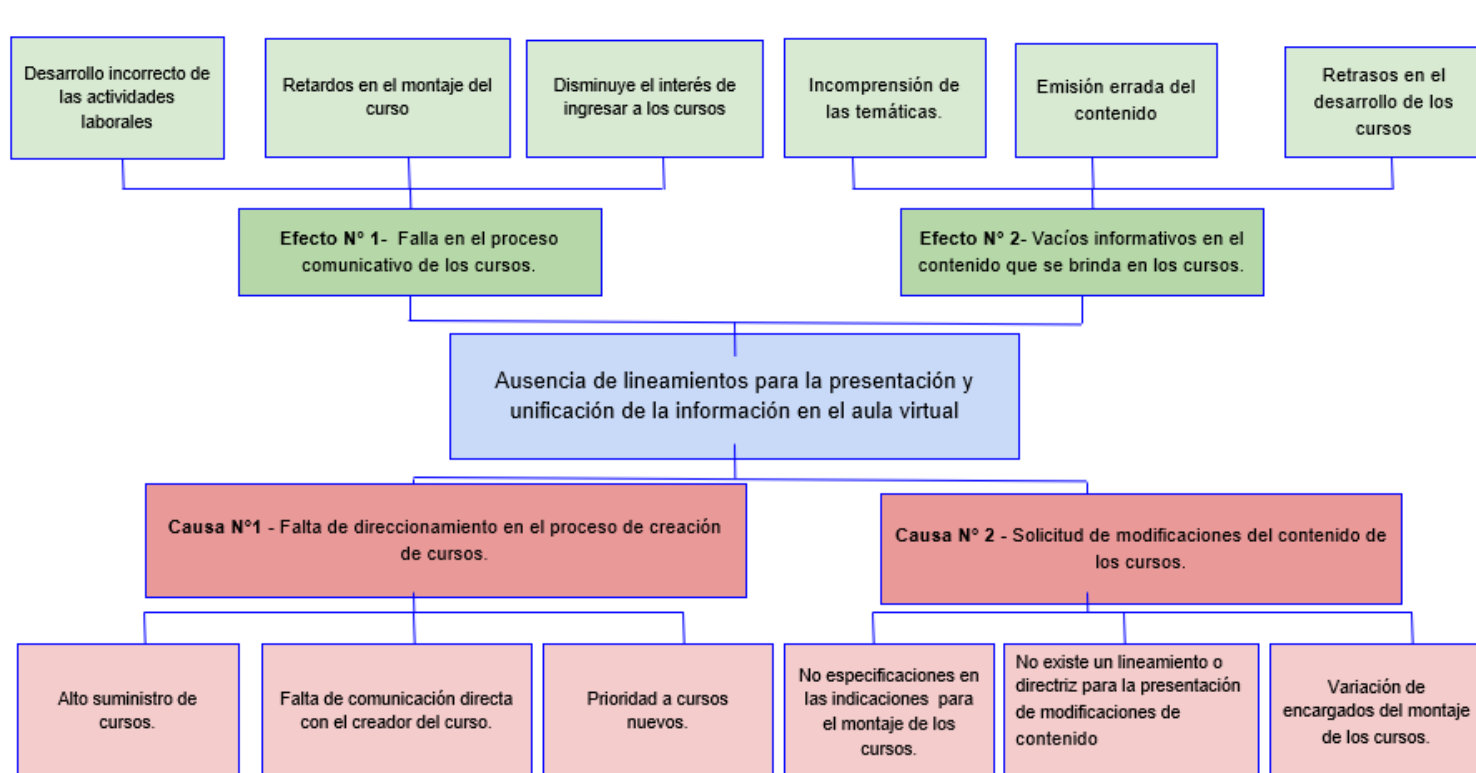
Es así como el proceso se alarga y las actividades a desarrollar aumentan por lo cual se visualiza la importancia de presentar especificaciones para realizar este

proceso y brindar herramientas para la creación de contenido por lo que se plantea la creación de un manual como instrumento y se quiere responder a la pregunta problema.

1.2.1. PREGUNTA PROBLEMA

¿Cómo a partir de un manual de estilo se puede contribuir a la optimización de los procesos organizacionales del campus virtual de la organización Keralty?

1.2.2. ÁRBOL DE PROBLEMAS



1.3. JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que la comunicación es la base del funcionamiento de las organizaciones y de todo tipo de relación es necesario implementar recursos que contribuyan a la construcción de un código en común, por lo cual al interior de la organización es necesario desarrollar proyectos para unificar en primer instancia la identidad y los valores de la organización y en segunda instancia dirección en que están encaminadas las actividades, es así como es posible visualizar la importancia del bienestar de los colaboradores que se proyecta desde el departamento de Desarrollo humano.

Si bien existen varias teorías en las que se demuestra que la productividad de un colaborador aumenta si se siente a gusto con su trabajo si tiene un clima laboral, si cuenta con una estructura o espacio para trabajar para trabajar también se ha demostrado que los incentivos que se brindan por motivos a los colaboradores también influyen en gran medida, no se puede ignorar que por más beneficios que se ofrezcan a los colaboradores si no hay lazos comunicativos fuertes, no es seguro que el funcionamiento de los procesos se esté dando de forma correcta.

Pero si se habla de incentivos es posible mencionar que promover el crecimiento personal y profesional de los colaboradores que como una iniciativa de la organización se logra obtener beneficios para las dos partes, por un lado hace parte de la responsabilidad social corporativa, ofreciendo un beneficio directo a sus colaboradores, como también se puede tomar como una forma de certificar que la organización cuenta con personal con formación especializada y por otra parte se generan lazos de comunicación directa con los funcionarios o así mismo se capacitan para desarrollar habilidades comunicativas.

Es por esto que en algunas organizaciones también se cuenta con el departamento de desarrollo y capacitación desde el cual se incentiva a la continuidad de la

formación educativa de los colaboradores y al estar en una era tecnológica es una opción implementar la educación virtual, de manera que no se irrumpen la normalidad de los profesionales y las actividades corporativas, desde la cual se lleva a cabo la producción de cursos y material virtual. Al entrar en un ambiente virtual se hace aún más necesario contar con las herramientas que permitan una óptima comunicación, por lo cual es conveniente contar con contenidos claros, concisos y dinámicos que capten el interés y motiven al funcionario a realizar los cursos de manera consciente.

Visto de esta manera es oportuno implementar un manual para la producción de contenido virtual, aún más porque el contenido es producido por distintos autores dependiendo de la especialidad y las temáticas que se abordan, ya que permite en primer lugar presentar una guía paso a paso del proceso de creación, aspectos básicos de presentación del contenido como, la forma de apoyarse en textos no verbales ni textuales e instrucciones para la construcción del contenido y demás datos que ayuden para la publicación de los cursos en la plataforma, de esta manera el manual es la herramienta más adecuada que ayudará a suprimir las problemáticas presentes.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

Crear un manual de estilo que contenga normativas para unificar el contenido del área de formación y desarrollo en el campus virtual como herramienta para la creación de contenido comprensible en el aula virtual de Keralty.

1.4.2. Objetivos específicos

- Generar especificaciones para el proceso de presentación del curso y sus modificaciones antes del montaje en el aula virtual para facilitar el proceso de creación y montaje de los contenidos.
- Realizar un diagnóstico que permita evidenciar el estado de la presentación de contenidos del campus virtual que permita evidenciar las debilidades y fortalezas en el proceso.
- Plantear un manual de estilo que contribuya a la normalización de los contenidos del aula virtual para mejorar la calidad de los contenidos y certificar que el proceso se desarrolla de la mejor manera.

1.5. ANTECEDENTES

En la organización Keralty S.A. ha venido creciendo con el pasar de los tiempos de esta manera el aumento de funcionarios también lo cual dificulta la capacitación presencial de los mismos, de igual manera no se pueden interrumpir los espacios laborales y las actividades de cada funcionario de manera que es difícil contar con espacios para implementar la formación interna de los funcionarios. Por estas razones el departamento de Desarrollo Humano toma la iniciativa de realizar capacitación virtual desde el año 2014 con el fin de disminuir costos y lograr mayor cobertura.

Este proceso está compuesto por el análisis de la pertinencia, la creación y montaje de los contenidos, en principio este era realizado por funcionarios del Departamento de Desarrollo Humano ya que se inició con cursos para la inducción de los funcionarios.

CAPITULO 2.

MARCO DE REFERENCIA

Para el desarrollo de este proyecto fue necesario enmarcar el contexto conceptual en el que se planificó y se ejecutó, es por esta razón que en este apartado se evidenciará la conceptualización de algunos términos necesarios para comprender el ámbito en el cual se fundamenta la planificación de este proyecto. Teniendo en cuenta que existen varias definiciones en este trabajo se presentan las que son acorde al contexto comunicativo en el que se desarrolla.

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. PROCESOS (LIDERAZGO, AUTORIDAD Y TRABAJO EN EQUIPO)

Toda acción tiene un punto de partida, así se puede decir que todo proviene de un proceso, por esto es preciso mencionar que un proceso se define como “conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.” (RAE, 2017), esta es una acción que presenta origen latino, del vocablo processus, de procedere, que viene de pro (para adelante) y cere (caer, caminar), lo cual implica avanzar o llevar a cabo ciertas funciones en torno a la producción de un resultado.

Así el proceso implica una serie de actos o fenómenos que se realizan en el tiempo, de esta manera es posible evidenciar que en el ámbito organizacional también se cuenta con procesos, los cuales están enmarcados en torno a “una secuencia de actividades humanas, que transforman un conjunto específico de insumos en uno de rendimientos” (Venemedia, 2014). Lo anterior acorde a lo que reproduce el modelo básico de un proceso de producción del cual se parte en primera instancia

de la obtención de la materia, enseguida se transforma y se obtiene un nuevo producto o resultado.

De esa manera en el entorno organizacional como lo menciona W. Griffin en su definición de proceso administrativo cabe resaltar que en muchas ocasiones las empresas no cuentan con una planeación determinada de actividades por día, sino que por el contrario se realizan de manera simultánea procesos de producción, gestión y comunicación en cada una de las áreas ya que son innumerables los procesos de los que puede estar inmersa la empresa y por tanto los empleadores y colaboradores por esta razón siguiendo las recomendaciones dadas por W. Griffin, para tener el funcionamiento del proceso que garantice la producción se debe tener en cuenta, el énfasis que se le va a otorgar al proceso, la secuencia en la que se van a llevar a cabo las actividades y las implicaciones que tenga cada fase.

2.1.2. COMUNICACIÓN

La palabra comunicación proviene del latín “comunis” que significa común, de esta forma significa poner en común algo; por lo que alrededor de su etimología surgen teorías dentro de las cuales existe una en la que se especifica que esta acción se da a través de cuatro elementos básicos que son: el emisor quien envía el mensaje, el canal por donde circula el mensaje, el receptor quien recibe el mensaje y el mensaje que es ese algo que se desea transmitir, propuestos desde la teoría de la comunicación de Shanon y Weaver quienes también plantean otros elementos que se deben tener en cuenta como el código en común.

De esta forma la comunicación es entendida desde la Real Academia Española como la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y receptor” o de otra forma como el “medio que permite que haya unión entre ciertas cosas” (RAE, 2018) es por esta razón que la existencia de un código en común dentro del proceso comunicativo se convierte en el principio básico para obtener una comunicación efectiva y construir esa relación directa dada por un mensaje con la necesidad de emitir información A uno o varios receptores.

Es por esto que los **procesos comunicativos** son en muchas ocasiones los indicadores de los avances o el funcionamiento de las actividades, tareas, actividades y demás acciones individuales o grupales, públicas o privadas ya que se ha determinado que esta, “refleja la evolución de la sociedad como escenario natural de realización de las personas, donde la comunicación se convierte en la interrelación de lo individual para la conformación de lo social” (López, D. 2007. P. 26) produciendo así en la mayoría de las ocasiones la unión o conformación de varios elementos, personas o instrumentos.

Es así como **la comunicación** es el principio básico de las relaciones sociales, interpersonales o colectivas dadas desde los tipos de comunicación como lo son la comunicación verbal, escrita, visual, auditiva, kinestésica (López, D. 2007. P.) entre otras muchas formas que existen como estas que permiten la acción de comunicar, de modo que es posible decir que el silencio también comunica, así que en cualquier entorno o situación no es posible no comunicar ya que todo comunica.

Cuando la comunicación es el principio básico de conexión entre ciertas cosas o sujetos se puede vislumbrar la importancia que tiene está dentro de cada actividad, proyecto o plan a realizar, ya que dentro de cada uno de estos se debe generar una sincronía y como parte de un todo se debe tener una interconexión entre todos los componentes, así mismo el conocimiento de los objetivos que se persiguen, de manera que la comunicación vista como una “disciplina agrupa un sinnúmero de teóricos que desde las ciencias sociales aportan al conocimiento de la misma en procura de su identidad y naturaleza de comunicología” (López, D. 2007. P. 28) que a través de los años ha incrementado sus aportes al desarrollo personal y social dentro y fuera de las comunidades.

De acuerdo con lo anterior los estudios que se han profundizado en comunicación han presentado distintos hallazgos como lo menciona López “la identificación en la misma de sus componentes: agentes, fuentes, medios, códigos, lenguajes, mensajes, contenidos, audiencias, públicos, etc” (López, D. 2007. P. 26) que permiten establecer los alcances y subcampos que interviene la comunicación, como lo son los tipos de relaciones comunicativas, dentro de las cuales se encuentran, gobierno - gobernados, medio - información pública, entretenimiento - audiencia, medio - periodismo - audiencia, mensaje - lenguaje - audiencia, empresa - sociedad.

De igual forma las investigaciones realizadas en torno a la comunicación permiten establecer especificaciones comunicativas presentes en cada tipo de relación que se presenta en un entorno social, ampliando así, los aportes de esta en todas sus dimensiones, espiritual, cultural, política, económica, científica, física entre otras que posibilitan el análisis específico de los procesos sociales desde el ámbito comunicativo en pro del servicio de demás investigaciones ya sean interdisciplinarias o no.

En general da relevancia a las relaciones comunicativas que enmarcan la realidad social del hombre con sus actos en la sociedad, que se derivan en subcampos, como: comunicación política y comunicación pública, opinión pública, comunicación mediada, periodismo, comunicación y educación, comunicación y cultura, comunicación comunitaria y comunicación en las organizaciones (López, D. 2007. P. 20) en los cuales se amplían las formas de comunicar, sus causas y sus consecuencias.

2.1.3. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

De esta manera al enmarcar un tipo de relación comunicativa específica como la proveniente de la **comunicación organizacional** establecida desde la conexión empresa - sociedad que abarca varios grupos de acción como lo son los colaboradores, los proveedores, los clientes, la comunidad aledaña; es así como se puede hablar de la comunicación organizacional derivada de la comunicación pública y definida como "Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización". (Collado, C. 2014, P.12)

Así se puede determinar la comunicación organizacional como la base de los procesos que está enmarcada desde las relaciones, empresa - empleado, empresa - estado, empresa - comunidad, empresa - medios, empresa - empresa, empresa - cliente, empresa - proveedor, (López, D. 2007. P. 27) entre otros que posibilitan el funcionamiento y la prestación de servicios de la organización y quienes son parte de los procesos internos y externos en el entorno empresarial.

Cuando se habla de comunicación organizacional y sus tipos de relaciones entre los actores (stakeholders) mencionados anteriormente se pueden destacar las perspectivas de la comunicación, como lo son la comunicación interna determinada como todas aquellas actividades y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permite mejor desarrollo en la organización" (Sayago, L. 2009. P.31) a nivel interno en el que están relacionados los colaboradores y por medio de la cual se debe mantener una relación de los miembros de la empresa por lo que incluye por los canales de

comunicación que estén establecidos en la organización como correos, carteleras, revistas, periódicos, entre otros.

De igual forma dentro de los **tipos de comunicación** en la organización se puede mencionar la comunicación externa, vista como “todos los procesos o acciones comunicativos que están dirigidas a los públicos externos con el fin de mantenerlas o perfeccionarlas” (Sayago, L. 2009. P.31) este tipo de relación se da con aquellos terceros que de manera directa o indirecta se ven involucrados en los procesos de la organización encaminada a la mejora de la reputación o de la empresa.

La comunicación organizacional también está compuesta de las relaciones públicas las cuales abarcan la labores que “se ocupan de sostener las buenas relaciones con los públicos externos que forman la organización” (Sayago, L. 2009. P.31) de esta forma este tipo de comunicación contribuye al cumplimiento del objetivo de la organización en torno a la imagen, posicionamiento y reconocimiento, ya que dentro de las actividades está escuchar e informar a los públicos para fidelizar.

Otra de las relaciones comunicativas que se dan alrededor de una organización es la publicitaria, compuesta por las actividades encaminadas a la comercialización ya que “son los diferentes mensajes emitidos a través de los distintos medios masivos que tienen como objetivo incrementar la venta de los productos o servicios de la organización” (Sayago, L. 2009. P.31) es por esto que la importancia de esta relación comunicativa radica en la comunicación y presentación de lo que se ofrece puesto que es la relación que determina la actividad económica y dirige la producción de la organización.

Al existir varios tipos de relaciones alrededor de una organización que inevitable están dadas por la comunicación ya sea verbal o escrita y que en su gran mayoría

son dadas por las relaciones humanas es importante que el enfoque comunicativo que se tenga en la organización esté guiado a la comunicación humana pero para la determinación de esto y la especificación de las estrategias a implementar, entendidas como “la definición de las metas y objetivos a largo plazo de una empresa, la adopción de acciones y la asignación de los recursos necesarios para la consecución de estos objetivos” (Consultores Altaír. P.14) es necesario crear o implementar un Plan Estratégico de Comunicaciones (PECO) en el que se especifican dichas estrategias y sus fines.

2.1.4. COMUNICADOR ORGANIZACIONAL

De esta manera el comunicador organizacional debe contar con habilidades y competencias para asumir el cargo de mantener óptimos los procesos comunicativos como base las demás labores que se desarrollan en la organización, como la comunicación asertiva, para transmitir los mensajes, ideas o planteamientos tal cual se desea, la competencia cognitiva para expresar los conocimientos académicos como soporte de sus acciones, la competencia fáctica para comprobar y poner en práctica los conocimientos adquiridos en la academia, la competencia prudente que permite actuar acorde a la ética profesional y la ética de la organización en pro del bienestar común, la competencia crítica con la que puede identificar lo bueno de lo malo, de acuerdo al entorno en el que se encuentra y los objetivos planteados. (López, D. 2007. P.48) también debe contar con la facultad de la creatividad para proponer nuevas formas que ayuden a progresar la organización en el ámbito interno y externo.

De acuerdo con las habilidades que tiene un comunicador es posible mencionar los ejes de acción del comunicador social organizacional dentro de los cuales se pueden destacar: la responsabilidad social, el clima y la cultura laboral, los procesos, marketing, relaciones públicas, canales de comunicación, imagen e identidad corporativa, entre otros, por lo cual como base de todo el comunicador debe contar con la habilidad de redacción para la creación, elaboración de escritos y composición de piezas comunicativas como herramientas para la presentación de todo tipo de proyectos en los cuales el manejo de la gramática, la ortografía y el estilo de redacción son de gran importancia para lograr una comunicación asertiva.

Teniendo en cuenta que la principal **cualidad de un comunicador** debe ser la redacción y ortografía, se evidencia que el campo de acción es bastante amplio ya que puede ejercer el manejo de redes de las organizaciones o personas más

conocido como Community Manager o creación de contenido para los canales de comunicación, la creación y publicación de varios tipos de escritos, el asesoramiento como editor y demás actividades relacionadas con la transmisión de mensajes que requieren de una comunicación asertiva.

Es así como se pueden mencionar dentro de los tipos de corrección de textos, la corrección de estilo entendida como “una corrección literaria que actúa sobre los planos sintáctico, gramatical y expresivo con el fin de pulir el texto y optimizar sus recursos...detecta y elimina las faltas de ortografía; resuelve los fallos de acentuación y puntuación; revisa las posibles transposiciones u omisiones de caracteres, así como el uso apropiado y coherente de comillas, mayúsculas, cursivas, abreviaturas y de todos los demás signos ortográficos, además de reparar errores sintácticos puntuales.” y la corrección ortotipográfica como “la corrección lingüística que sirve para subsanar tanto los errores ortográficos como los de tipografía en un texto...Se ocupa de aquellos aspectos que no son errores desde el punto de vista normativo pero que afectan de forma negativa al estilo y que son difícil de reconocer por el autor, tan familiarizado con su obra: pleonasmos, aliteraciones, fallos de concordancia, ambigüedades, correcto uso de los tiempos verbales y, en general, todos aquellos que puedan derivarse del complejo proceso de escritura de una obra” así, se evidencia la importancia del aspecto de los escritos tanto en forma como contenido.

Otra de las cualidades del comunicador y en este caso del comunicador organizacional es estar al tanto de lo que pasa alrededor por esto para la realización de la actividad de editor para el comunicador también es importante tener conocimiento de las normativas de redacción y presentación de los distintos textos ya que entorno a cada área o campo, hay ciertas normas que determinan la forma en que se debe organizar los escritos. Estas normas han sido creadas para unificar e identificar aspectos propios de cada temática en la que se trabaja y de la misma manera ayudan facilitar la comprensión de dichos textos, de las cuales se pueden

mencionar las normas APA, estas normas determinan la forma de citar, el tamaño de la margen, tamaño de la letra, como se deben construir gráficos entre otras indicaciones que se utilizan para codificar los textos.

La organización Keralty es un grupo empresarial generador de valor en salud, constituida por empresas de aseguramiento y prestación de servicios de salud, una red propia hospitalaria y asistencial y empresas de aseguramiento en salud. Colsanitas y Medisanitas son empresas de medicina pre pagada que brindan a sus usuarios una atención integral en salud, EPS Sanitas, la empresa promotora de salud creada en 1994, ofrece los servicios de atención en salud y prestaciones económicas. Empresas sociales de Keralty las cuales tienen como objetivo llegar a los diferentes sectores de la población del país mediante servicios de salud, formación e información, que complementan los servicios ofrecidos a la sociedad.

Cuenta con más de 120 centros médicos, sus afiliados están por encima de los 4 millones y está constituida por más de 16.000 médicos adscritos con el propósito de producir salud y bienestar a las personas a lo largo de su vida.

Cuenta con presencia en 7 países a nivel mundial:



- Brasil
- Colombia
- Estados Unidos
- Filipinas
- México
- Perú
- Venezuela

1.3. Planta Física (Ubicación de sede principal y sucursales).



Keralty S.A.S cuenta con varias sedes en distintas ciudades del país y del mundo, en Bogotá la sede principal se encuentra en la Calle 100 N° 11b - 67, en la cual asisten los procesos administrativos globales de la organización compuestos por departamentos como, Gerencia, mercadeo, comunicaciones, compras, selección, desarrollo humano, Salud y seguridad en el trabajo, contabilidad, investigación, sistemas.

Organigrama



CAPÍTULO 3

MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo este proyecto investigativo se determinaron pautas y técnicas que definen la forma en que se va a llevar cabo dicho proceso ya que no es posible hablar de una metodología única de investigación, pues ésta variará de acuerdo al proyecto en particular, o el ámbito en el que se desarrolle, y la indagación que se quiera realizar aunque vale la pena resaltar que un mismo problema o pregunta de investigación puede ser abordado desde diferentes visiones que pueden implicar diseños metodológicos contrarios.

Lo anterior explica la importancia de esta parte del proceso, ya que es fundamental para realizar los hallazgos, lograr identificar las falencias o aspectos a mejorar y para presentar posibles soluciones o mejoras para el objeto de estudio. De esta manera este capítulo presenta la descripción tanto de la metodología como del enfoque investigativo, las técnicas e instrumentos utilizados.

3.1. ENFOQUE INVESTIGATIVO

Para este proyecto, la investigación que se está realizando es cualitativa ya que recolecta información de carácter subjetivo, es decir, que todos sus resultados son apreciaciones conceptuales, pero con muy alta confiabilidad en la investigación y en los datos que hay en ella. Ya que por medio de este se logra conocer a fondo el contexto en el cual se desarrolla el proceso de creación de contenidos y comprender las realidades sin medición numérica.

Para realizar este proyecto de investigación se enfatizó en la importancia de la capacitación y formación de los funcionarios en una organización, ya sea personal o profesional, teniendo en cuenta las múltiples capacidades y perfiles que en ella se encuentran que toma inicios desde la investigación de la Acción participativa denominada por Orlando Fals Borda como, “Una de las características propias de

este método, que lo diferencia de todos los demás, es la forma colectiva en que se produce el conocimiento, y la colectivización de ese conocimiento.” (Fals y Brandao: 1987, 18) de esta manera se evidenció los distintos procesos que se han llevado a cabo entorno a la capacitación y formación interna, el entorno en el que se desarrollan y las diferentes problemáticas que presentan en el proceso que inicia con la solicitud de capacitación, el análisis de pertinencia para la creación y presentación de los contenidos y el montaje y publicación de los mismos.

Para el estudio y la aplicación de estrategias es necesario y primordial considerar las instancias participativas existentes las cuales han sido de vital importancia incorporar, desde una investigación-participativa, donde al estar inmersos en el ámbito organizacional es posible observar las dinámicas, los tiempos, los comportamientos y la reacción de los usuarios capacitados y los que están en proceso de capacitación, con lo que se busca resolver las fallas comunicativas en el entorno virtual ya que como es necesario que en esta investigación exista una comunicación efectiva y fluida, así mismo se necesita en el ambiente virtual ya que no se presenta una comunicación en el momento a pesar de los canales disponibles.

De esta manera, la metodología de esta investigación se explicará en tres ítems o características de desarrollo.

- **Análisis:**

El análisis de los datos obtenidos por medio de las herramientas de recolección de información permitirá que de manera deductiva se pueda llegar a tener resultados más precisos sobre el impacto que se quiere generar en el área de formación y capacitación de Keralty.

- **Resultados Esperados:**

Por medio de esta investigación se espera aportar a la organización desde el ámbito de construcción de identidad corporativa y responsabilidad social dados desde el ámbito virtual con el impacto de los distintos contenidos de los cursos, que aumentará con las mejoras propuestas a este proceso, de igual manera se desea promover el interés de los funcionarios en formación para así incrementar el número de funcionarios capacitados por y para el funcionamiento de los procesos de la organización.

- **Impacto:**

El impacto que se quiere lograr con este proyecto investigativo gira en torno a la apropiación de los funcionarios que laboran en esta organización, como relevar la importancia de crear u optimizar los lazos comunicativos como base de todos los procesos internos y externos de la organización y con esto aumentar la calidad de los beneficios ofrecidos desde la organización a los funcionarios, así mismo aumentar el interés de los colaboradores a su continua formación.

A través de la creación de contenidos de alta calidad que permitan aumentar los conocimientos de los funcionarios y así certificar de manera directa el desarrollo de las actividades por personal capacitado.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al desarrollo del proceso que se desarrolló para este proyecto esta investigación es de tipo documental.

3.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Por medio de la observación participativa en el día a día del desarrollo de las actividades laborales, en las que se identificaron problemáticas como la falta de lineamientos para la construcción de contenidos, también se logra establecer que existen fallas comunicativas en el proceso de creación de contenidos para el aula virtual, de igual manera se llega a una conclusión gracias al trabajo de indagación documental por medio de la cual se realiza la recolección de datos.

3.4. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El instrumento de recolección de información es una guía de antecedentes, la cual se fue construyendo tras indagar casos similares de los cuales se podrían tomar ejemplos para realizar el análisis de los casos que también se presentan en Keralty, como de la misma manera evidenciar los beneficios y falencias de las diferentes formas de llevar a cabo un proceso de formación virtual dentro de una organización.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA, PLAN, PROGRAMA, PROYECTO (PECO)

(Producto (resultados) del trabajo de investigación formativa)

Luego de realizar la indagación, el análisis y hallazgos de este proyecto, se inicia la construcción de un manual de estilo dirigido al área de Desarrollo Humano y se crea con el fin de corregir y establecer unas pautas específicas para el proceso de creación de contenido para el campus virtual, de esta manera evitar los vacíos informativos y de igual forma garantizar que el nivel de calidad de producción del contenido sea comprensible para los funcionarios.

PRODUCTO

MANUAL DE ESTILO PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS CURSOS VIRTUALES Y LOS CONTENIDOS DE LOS CURSOS DEL ÁREA DE FORMACIÓN Y DESARROLLO EN EL CAMPUS VIRTUAL.

Este manual está destinado a guiar el proceso de creación de contenido de los cursos para el campus virtual de Keralty, el cual cuenta con direccionamientos y normativas que permiten unificar el contenido para el sector de salud al que pertenece la organización; el cual está dirigido a los clientes y funcionarios quienes proponen y crean los cursos y deben realizar como parte del proceso para guiar su creación de contenido, a fin de integrar los conocimientos necesarios para el desarrollo de las actividades de cada colaborador.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Establecer las pautas que se deben manejar para la creación del contenido de los cursos del aula virtual de Keralty que permitan unificar la presentación y los contenidos de los cursos.

Objetivos Específicos

- Guiar el proceso de montaje del curso desde la creación por medio de la plantilla propuesta desde el manual de estilo para facilitar el proceso de los creación de contenidos.
- Incluir el uso de la normativa Vancouver en el contenido de los cursos como parte del área de salud que ubiquen la estructura de una manera especializada.
- Especificar las características de creación y montaje del contenido para el campus virtual para que los cursos que se creen sean comprensibles.

Este manual expone los lineamientos básicos para la creación de herramientas virtuales, que pretenden fortalecer la identidad de la organización Keralty, dar mayor coherencia y claridad a los contenidos y así mismo aumentar el interés y aprobación de los cursos. Es por esto que dichos lineamientos están propuestos a partir de tres ejes fundamentales que guían la construcción de los contenidos:

1. Suministrar múltiples medios de representación

Teniendo en cuenta que los funcionarios difieren en las distintas formas en que perciben y comprenden el mensaje a la hora de interactuar directamente con el contenido es importante dar prioridad a las distintas formas de presentar el contenido para que este sea claro y fácil de interpretar.

2. Suministrar múltiples medios de expresión

Dentro de las habilidades innatas en cada funcionario es posible mencionar un sinnúmero de estas y teniendo en cuenta que el perfil de cada una de las personas que son inscritas en el curso varia; es pertinente realizar una variación dentro de las actividades a realizar ya que al aprovechar cada una de estas habilidades el proceso de comprensión se hará más sencillo para el funcionario apropiarse del contenido.

3. Suministrar múltiples medios de compromiso

Generar conexión con el contenido no es sencillo, por esta razón es necesario ser novedosos y creativos a la hora de presentarlo y esto requiere del compromiso a la hora de selección y presentación, ya que un contenido atractivo a la vista es posible atraer la atención y enganchar al receptor.

Qué elementos se deben tener en cuenta para redactar un curso

1.Contenido

- 1.1. Top del curso
- 1.2. Bienvenida
- 1.3. Introducción
- 1.4. Objetivos General y específicos
- 1.5. Autor - Tutores
- 1.6. Glosario
- 1.7. Foro
- 1.8. Actividades
- 1.9. Sistema de evaluación - lista de módulos y evaluaciones
- 1.11. Autoevaluación
- 1.12. Encuesta de satisfacción

5. CAPITULO 6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al finalizar este proyecto investigativo y realizar el análisis del proceso desarrollado en el departamento de Desarrollo Humano y los hallazgos obtenidos durante la investigación se obtienen unos resultados los cuales representan el estado actual del proceso, compuesto por aspectos favorables y aspectos a mejorar, los cuales se deben resaltar en el caso de los favorables y se sugieren optimizar en el caso de los aspectos a mejorar. En este segundo caso se crea una propuesta por medio de la cual se promueve el mejoramiento del proceso que serán expuestos en este capítulo denominado conclusiones y recomendaciones.

5.1. CONCLUSIONES

El proyecto interno del departamento se ajusta a las necesidades y corresponde de manera indicada a las problemáticas de tiempo del horario laboral de los funcionarios sin embargo existen vacíos procedimentales en el proceso de montaje, por lo cual se requiere de una guía que determine paso a paso este proceso de creación y ayude a erradicar dicha problemática.

5.2. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que el ámbito en el que se desarrollan la mayoría de capacitaciones es virtual se recomienda incorporar al proceso de Capacitación y formación un manual de estilo en el que se determinen y se describan pautas generales para la creación del contenido, de igual forma este manual sea una herramienta para instruir al creador de contenido en aspectos básicos de redacción.

BIBLIOGRAFÍA

ANESM. (...). Normas Vancouver. Recuperado de: <http://www.aeesme.org/wp-content/uploads/2015/11/Normas-Vancouver.pdf>

Asociación Uruguay de Comunicación Organizacional. (2019). Perfil del Comunicador Organizacional. Recuperado de: <http://auco.com.uy/perfil-del-comunicador-organizacional/>

Bermudez, C. La comunicación interna en las organizaciones. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/7425/TFM000339.pdf?sequence=4>

Fajardo, G. Nivia, A. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional. Recuperado de: https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-relaciones_publicas_-_web-16_0.pdf

Licenciatura en RR.HH. Universidad de Champagnat. (2002, julio 13). Fundamentos de la comunicación organizacional. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/fundamentos-de-la-comunicacion-organizacional/>

Merlano, S. (2012). La comunicación interna en las organizaciones. Recuperado de: <http://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>

Pérez, I. (2016). Plan estratégico de comunicación. El paradigma 2.0. Aplicación a un caso práctico. Recuperado de: https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/49671/TFM_Comunicaci%C3%B3n_P.pdf?sequence=1

RAE. (2018) Diccionario de la lengua española. Madrid. [Consulta: 2018-03-31].
Disponible en: <https://bit.ly/2GIvacM>

Restrepo Gómez, B. (2003). Investigación formativa e investigación productiva de conocimiento en la universidad. En: Nómadas. No. 18. Bogotá: Universidad Central. [Consulta: 2018-03-30]. Disponible en: <https://bit.ly/2uG0ROO>

Torrijos, B. (1997). La comunicación organizacional. Recuperado de: https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_la_Investigacion/La-Comunicacion-Organizacional.html#.W4_In1VKiM8