



Radiología



LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA EMPRESA. UNA HERRAMIENTA HACIA LA EXCELENCIA: CREACIÓN E IMPLANTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

C. Gallo Martínez, E. Marcuerquiaga Ruiz de Alda, E. Maristany Daunert, J. Serra Adelantado y M. Rovira Cañellas

Health Diagnostic, Barcelona, España.

Resumen

Objetivos: Partiendo de la autoevaluación realizada para emprender el camino hacia la Excelencia, uno de los proyectos que se consideró prioritario fue el de crear e implementar un Plan de Comunicación Interna con el objetivo de: 1. Desarrollar los mecanismos y herramientas para una comunicación eficaz. 2. Garantizar el acceso a la información necesaria y relevante. 3- Planificar de forma precisa y estructurada qué información llega a quién, cuándo y cómo.

Material y métodos: Health Diagnostic dispone actualmente de un Sistema de Gestión de la Calidad ampliamente implantado que se fundamenta en la gestión por procesos. Continuando con un compromiso por la dirección de la organización en la mejora continua, se decide hacer una autoevaluación del modelo EFQM. De los resultados obtenidos en la autoevaluación se decide abordar tres proyectos a desarrollar de forma prioritaria. Proyecto 1: elaborar el plan estratégico 2017-2019. Proyecto 2: elaborar un plan de comunicación interna. Proyecto 3: definir un plan de gestión del riesgo y seguridad del paciente. Nos centraremos en el Plan de comunicación interna.

Resultados: En HD la comunicación interna era una debilidad de la organización. Por ello se diseñó una metodología de trabajo con las siguientes fases: 1. Análisis situación actual. 2. Definir objetivos. 3. Segmentar audiencias y canales. 4. Fijar calendario de acciones. 5. Evaluar y medir.

Conclusiones: En HD se considera un objetivo prioritario la comunicación interna y para ello diseña, implementa y evalúa diferentes herramientas consiguiendo así una mayor satisfacción entre todas las personas que forman parte de dicha organización.