



INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL

ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACION

UNIDAD SANTO TOMAS

SEMINARIO: RELACIONES PUBLICAS
ESTRATEGICAS

PLAN ESTRATEGICO PARA EL AREA
MEDICA DE UNA ASEGURADORA.

TRABAJO FINAL

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN RELACIONES COMERCIALES

Presenta:

SANDRA URIBE CABRERA



CONDUCTOR: L.R.C. ALEJANDRO ENRIQUE HERNANDEZ DE LA TORRE
MEXICO, D.F. ABRIL 2009

AGRADECIMIENTOS

Comenzare diciendo, que tengo tanto que agradecer a tantas personas que no tengo idea de cómo expresarlo por escrito.

De verdad esto me resulta un tanto complicado, pero lo importante es expresarlo y dejar por sentado que soy muy, pero muy feliz, me siento satisfecha, contenta y quiero contagiar mi alegría a toda persona que desee compartir mi gozo siempre.

A lo largo de mi vida, he conocido a muchas personas con las que no siempre he establecido una relación absolutamente buena y/o duradera, sin embargo he tratado de aprender algo de todas las personas que en algún momento han convivido conmigo.

Mis papas, saben que puedo ser complicada a veces, pero eso no significa que no los ame ni aprecie; la mujer que soy ahora es gracias a ustedes y sus enseñanzas y valores; todos mis logros son suyos y de verdad estoy muy agradecida con la vida por enviarme a sus brazos.

Andrea, eres lo mas hermosos que nuestros papas me han compartido, mi vida definitivamente no seria la misma sin ti, no es algo que pueda visualizar, pero en el fondo de todo mi ser, estoy segura que no seria ni en la mas minima proporción igual o y mucho menos mejor.

Al resto de las personas, familiares y amigos, que en algunos casos afortunadamente vienen siendo lo mismo para mi, gracias por compartir sus vidas conmigo; espero se sientan felices y orgullosos de la persona que he llegado a ser.

Podría sonar a absurdo pero no me importa, a mis queridos incondicionales Tisha y Pubert, todos los días me hacen tan feliz, gracias por hacerme feliz durante mucho tiempo a través de ellos.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

INDICE

Introducción

CAPITULO I

GENERALIDADES SOBRE LA EMPRESA.

1.1 Antecedentes.	7
1.2 ¿Quien es GNP?	12
1.3 Alcance.	12
1.4 Estructura Organizacional.	13
1.5 Descripción del Negocio.	14
1.6 Productos.	15
1.7 Grupo BAL.	19
1.8 Participación en el Mercado.	20
1.9 Situación Actual.	21
1.10 Misión.	21
1.11 Visión.	21
1.12 Valores.	22
1.13 Publicidad.	22
1.14 Referencias.	25

CAPITULO II

PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA EL AREA MÉDICA DE UNA ASEGURADORA

2.1 Problema o situación a resolver.	28
2.2 Público Objetivo.	28
2.3 Objetivo General.	29
2.4 Desarrollo de Estrategias y Tácticas.	30
2.4.1 Estrategia: curso de motivación e integración para el nuevo equipo de la Subdirección Médica.	30
2.4.2 Objetivos Específicos del Modulo de Integración.	31
2.4.3. Táctica 1 de Integración: Como identificar los aspectos básicos de la Integración.	31
2.4.4 Dinámica 1: "Te presento mi Flor".	32
2.4.5 Táctica 2 de Integración: "Inteligencia Emocional.	32
2.4.6 Dinámica 2 de Integración: Sabiduría Oriental-Orientada al Manejo de Emociones	33
Etapa1 Autodiagnóstico de Inteligencia Emocional.	33
Etapa2 Conceptos de Motivación, Autorregularización, Empatía, Habilidades Sociales.	35
2.4.7 Objetivos Específicos del Modulo de Comunicación.	36
2.4.8 Táctica 1 de Comunicación: Características Básicas y Barreras.	36
2.4.9 Dinámica de Comunicación: "Teléfono Descompuesto por Edad y Profesión".	36
2.4.10 Táctica 2 de Comunicación: Inteligencia Emocional.	38



INDICE

2.4.11 Dinámica 2 de Comunicación: Emociones Inconcientes.	39
2.4.12 Objetivos Específicos del Modulo de Trabajo en Equipo.	39
2.4.13 Táctica 1 de Trabajo en Equipo: El Estilo del Castor.	40
2.4.14 Dinámica 1 de Trabajo en Equipo: Declaración de Valor y Código de Ética.	41
2.4.15 Dinámica 2 de Trabajo en Equipo: Manejo de Expectativas y Contrato Moral.	42
2.4.16 Objetivos Específicos del Modulo de Pertenencia y Colaboración.	43
2.4.17 Táctica 1 de Pertenencia: Imagen e Identidad.	43
2.4.18 Dinámica 1 de Colaboración: Formando Filas.	44
2.4.19 Táctica 2 de Colaboración: Manejo Saludable de Estrés.	45
Etapas: Identificación de Estresores dentro del Trabajo y del Hogar.	45
Etapas: Susceptibilidad ante el Estrés.	54
Etapas: Identificación de Síntomas.	56
2.4.20 Objetivos Específicos del Módulo de Motivación y Reconocimiento.	59
2.4.21 Táctica 1 de Motivación y Reconocimiento: El Espíritu de la Ardilla.	59
Cuestionario de Reflexión.	60
2.4.22 Táctica 2 de Motivación: Don del Ganso.	61
Cuestionario: El Vuelo de los Gansos.	62
2.5 Estrategia de Comunicación y Participación.	63
2.5.1 Táctica de Comunicación y Participación.	63
Muestra del Boletín Mural.	65
2.6 Estrategia de Reconocimiento y Motivación.	66
2.6.1 Táctica del Colaborador Más Destacado.	66
Muestra del Mensaje.	67
2.7 Calendarización.	68
2.8 Presupuesto.	70
2.8.1 Curso de Integración y Participación.	70
2.8.2 Presupuesto Boletín Mural.	71

CAPITULO III

EVALUACION, CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS.

3.1 Evaluación.	73
3.1.1 Actividades de Evaluación.	73
Cuestionario de Evaluación sobre el Progreso en la Inteligencia Emocional.	75
3.2 CONCLUSIONES.	84
3.3 SUGERENCIAS.	85
BIBLIOGRAFIA.	86



INTRODUCCIÓN.

Actualmente la necesidad de mantener excelentes relaciones con los públicos con los que interactuamos día a día, es indispensable para el éxito de personas y organizaciones. Esto no significa tratar de complacer a todos siempre.

Al hablar de organizaciones se enfoca sencillamente en saber utilizar la herramienta de las relaciones públicas de una forma inteligente detectando las claves sobre las que se desarrollan.

Dentro del siguiente Plan se trataran diversos temas como la integración, motivación, reconocimiento, colaboración, y diversas necesidades básicas, que en forma conjunta, organizada y equilibrada permitirá hacer de ellos las herramientas para la mejora sobre las Relaciones Publicas entre los colaboradores de la Subdirección Medica dentro de la Dirección de Salud de una empresa aseguradora.

Cabe destacar que las relaciones en estos momentos se desarrollan dentro de una situación de tensión e incertidumbre, debido a una reestructuración reciente en la empresa, lo que provoco la rotación de personal, cambios en los equipos ya hasta salida de algunos colaboradores.

Todo esto conforma un reto mayor para el plan, ya que el recién integrado equipo, presenta sentimientos de todo tipo, como desde inseguridad, incertidumbre, Resistencia al cambio, hasta antipatía.



CAPITULO I

**GENERALIDADES
SOBRE LA EMPRESA**





1.1 ANTECEDENTES

1901.

En Noviembre se funda "La Nacional, Compañía de Seguros sobre la Vida, S.A." por los socios de la Casa Woodrow, señores William B. Woodrow y Luis E. Neergaard.



1902.

"La Nacional" expide su primera póliza por una suma asegurada de 5,000 pesos.

1917.

La Nacional es la única aseguradora que no se acoge al decreto de moratoria sobre las obligaciones de las aseguradoras expedido por Venustiano Carranza, para aliviar la extraordinaria carga que al sector se le presentó por muertes durante el período de la Revolución, cumpliendo así la empresa cabalmente los compromisos contraídos con sus clientes.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

1930.

Se coloca la primera piedra del edificio de La Nacional, en la esquina de Juárez y San Juan de Letrán, considerándose el primer rascacielos construido en la Ciudad de México.



1936.

La Casa Woodrow se convierte en aseguradora con el nombre de "Seguros La Provincial, S.A.", especializada en seguros de bienes. Parte importante de sus accionistas fundadores lo eran también de "La Nacional".

En ese mismo año La Provincial expide la primera póliza por una Suma Asegurada de \$40,000 pesos cubriendo el riesgo de incendio.

1941.

A 40 años de su fundación, La Nacional expide la mayor póliza de vida por una suma asegurada de 500,000 pesos

1946.

Adquiere La Nacional las acciones de la "Compañía de Seguros El Aguila, S.A." y la fusiona.

1963.

La Provincial adquiere y fusiona a "La Previsora, S.A., Compañía Mexicana de Seguros Generales"



1967.

Se inauguran las instalaciones de La Provincial, ubicadas en un moderno edificio de la calle Miguel Angel de Quevedo, al sur de la Ciudad. Es la primera compañía de seguros en "salirse del Centro".



1969.

Se hace la primera alianza estratégica del medio asegurador mexicano al unirse en un Grupo La Nacional y La Provincial adoptando el nombre comercial de "Grupo Nacional Provincial".

1972.

Se integran las dos empresas GNP al conglomerado empresarial Grupo Bal, encabezado por el Lic. Don Alberto Baillères, hecho que influye en forma determinante en el desarrollo que GNP tendría a partir de ese momento para permitirle alcanzar el liderazgo del mercado mexicano y convertirse en la aseguradora con mayor solidez, experiencia, confiabilidad y calidad de servicio.

1975.

GNP, alcanza la cifra récord de 1,000 millones de pesos en ventas, convirtiéndose en el líder del mercado nacional.

1979.

GNP establece la primera Oficina especializada para Corredores, proporcionando servicios más competitivos de emisión, suscripción y ventas a este grupo de productores que presentaban un fuerte crecimiento en el mercado.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

1992.

Se hace formalmente la fusión jurídica de las dos empresas en una sola bajo el nombre de "Grupo Nacional Provincial, S.A."

1994.

Se inaugura el edificio "Plaza GNP", nombre que reciben las modernas instalaciones de las oficinas corporativas, y que se constituyen en un ejemplo de funcionalidad en Latinoamérica.



Se adquiere la empresa "Médica Móvil, S.A.", ampliando los servicios de GNP a sus asegurados de Gastos Médicos

1995.

Se cumplen 20 años ininterrumpidos como la compañía aseguradora de mayor volumen de ventas en el Mercado Mexicano

1996.

Al liberarse el mercado de los servicios en pensiones, hasta entonces exclusividad del IMSS, se funda "Profuturo GNP, S.A. de C.V. Afore", subsidiaria especializada en la Administración de Fondos de Retiro.

GNP adopta una nueva estructura organizacional, transformando la empresa en una aseguradora multiespecialista, integrada tanto por empresas virtuales de líneas de negocio, de canal distribución y de apoyo administrativo, como por subsidiarias especializadas.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

1997.

Se funda "Aseguradora Porvenir GNP, S.A. de C.V." empresa subsidiaria especializada en la operación de rentas vitalicias para pensionados del IMSS.

1998.

Se cambia la Imagen Corporativa de GNP, actualizando su logotipo y se hace una amplia difusión del mismo.

Se funda "Médica Integral GNP, S.A. de C.V.", subsidiaria que ofrece al mercado mexicano innovadores planes de servicios de salud.

2000.

Se inauguran nuevas y modernas instalaciones de los Centros Regionales Metropolitanos.

2001.

Celebramos el Primer Centenario GNP.



2002.

GNP es reconocida por primera ocasión como empresa socialmente responsable por el Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI.

2003.

GNP inicia su programa social Gol por México apoyando en causas como educación, nutrición, salud y vivienda beneficiando a personas necesitadas de comunidades rurales / indígenas.

2006.

Alejandro Baillères es nombrado por el Consejo de Administración como el nuevo Director General de Grupo Nacional Provincial.



1.2 ¿QUIÉN ES GNP?

Grupo Nacional Provincial es la empresa aseguradora mexicana con mayor experiencia y solidez de nuestro país que no solo brinda protección financiera a sus asegurados, sino que está al cuidado de sus sueños, historias, emociones y vivencias.

Su historia se remonta a más de 100 años, siendo parte de uno de los conglomerados empresariales más grandes del país: "Grupo Bal" donde se agrupan instituciones tan importantes como Grupo Peñoles, El Palacio de Hierro, Profuturo GNP Afore, Médica Integral GNP, Médica Móvil, Valores Mexicanos, Casa de Bolsa, entre otros.

Con 104 años de vida, tiene una participación superior al 18% del mercado mexicano de seguros en los ramos de gastos médicos y accidentes, daños, automóviles y vida. Surgió de la fusión de las empresas La Nacional Compañía de Seguros y Seguros La Provincial, que fueron adquiridas en 1972 por Grupo Bal. A través de sus filiales ofrece seguros de salud, atención médica y transporte de emergencia, planes integrales de salud, fianzas, crédito, pensiones. Cuenta con más de 4,600 empleados y una fuerza productora de 6,000 agentes distribuidos en 186 direcciones de agencia.

1.3 ALCANCE.

Sus principales oficinas son:

- 1.- Una oficina denominada "Mega", ubicada en el Distrito Federal, con un potencial de mercado de 500,000 o más hogares.
- 2.- Oficinas "Grandes", ubicadas en Monterrey, N. L. y en Guadalajara, Jal., que atienden a mercados entre 100,000 y 499,999 hogares.
- 3.- Oficinas "Estratégicas" ubicadas en: Puebla, Pue., que atiende a las localidades de Puebla, Orizaba, Veracruz y Xalapa; León, Gto., que atiende a León, Aguascalientes, Irapuato, Salamanca, Zamora y Zacatecas; Mexicali, B.C.N., con las localidades Tijuana, Mexicali y Ensenada; Cd. Juárez, Chih., que atiende a Cd. Juárez, Chihuahua y Torreón; Querétaro, Qro., con las ubicaciones Querétaro, San Luis Potosí y Morelia, y; Mérida, Yuc., que atiende a Mérida, Cancún, Chetumal y Campeche. Este tipo de oficinas tienen mercado potencial de 30,000 a 99,999 hogares.
- 4.- Oficinas "Foráneas" con un potencial de mercado de menos de 30,000 hogares, ubicadas en las ciudades de Culiacán, Coatzacoalcos, Villahermosa, Toluca, Tampico, Hermosillo, Tuxtla Gutiérrez, Cd. Obregón, Oaxaca, Colima, Pachuca, Tepic, Durango, Reynosa, Mazatlán, Poza



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Rica, Uruapan, Chilpancingo, Tapachula, La Paz, Matamoros, Los Mochis, Nuevo Laredo, Guasave, Cd. Victoria y Nogales.

1.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.



1.5 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

Actividad principal.

GNP, es una sociedad anónima bursátil organizada conforme a las leyes mexicanas que tiene por objeto actuar como institución de seguros realizando las siguientes operaciones para las que está facultada por la autorización otorgada por el Gobierno Federal, por conducto de la SHCP:

1 Vida.

2 Accidentes y Enfermedades, en los ramos siguientes:

a) Accidentes personales.

b) Gastos médicos, y

c) Salud.

3 Daños, en los ramos siguientes:

a) Responsabilidad Civil y Riesgos Profesionales.

b) Marítimo y Transportes.

c) Incendio.

d) Agrícola y de Animales.

e) Automóviles.

f) Crédito en reaseguro.

g) Diversos.

h) Terremoto y otros Riesgos Catastróficos.

i) Reafianzamiento.



También podrá practicar el reaseguro en las operaciones y ramos autorizados y actuar como institución fiduciaria en fideicomisos de administración, en los términos señalados por los Artículos 34 fracción IV y 35 fracción XVI de la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros (LGISMS).

1.6 PRODUCTOS

Seguros de vida.

Diseñados para ofrecerte la mejor protección, seguridad financiera y atractivos rendimientos, para ti y tu familia.

Protección.

Su objetivo principal es cubrir tus necesidades de protección por fallecimiento e invalidez, en dólares o en moneda nacional durante un periodo de tiempo definido.

Protección y Ahorro.

Adicional a la protección por fallecimiento, estos planes te permiten ahorrar y adquirir atractivos montos de recuperación, en dólares o moneda nacional.

Ahorro, Retiro y Educación.

Para aquellos que buscan generar un fondo de ahorro destinado a objetivos específicos, además de protección por fallecimiento, ésta es su mejor opción.

Seguros de gastos médicos.

Línea Azul.

Te ofrece los servicios de los profesionales de más alto desempeño y los hospitales de más alta calidad, así como protección integral en México y en el extranjero.

¡Contamos con un plan diseñado especialmente para ti!



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Línea Azul Internacional.

Planes únicos y exclusivos que te ofrecen el más completo respaldo en materia de salud, en cualquier parte del mundo.

Línea Azul Nacional.

Planes diseñados para adaptarse a tus necesidades y preferencias en materia de salud, con cobertura a nivel nacional.

Conexión Línea Azul.

El seguro de Gastos Médicos Mayores que te permite complementar un Seguro de Gastos Médicos de Grupo además de garantizarte la contratación de un Seguro Individual a la salida del grupo sin importar la compañía en la que estés.

Seguros de autos.

Línea Naranja.

Es el mejor seguro de automóviles del mercado con una red de servicios de atención a nivel nacional, a tu disposición las 24 horas del día, los 365 días del año.

CARACTERÍSTICAS	AMPLIA GL	AMPLIA	LIMITADA	RESPONSABILIDAD CIVIL
	Protección total	Protección en todo momento	Un diseño a tu medida	La protección básica que necesitas
Pago de deducible en pérdida total por robo y daños materiales	0%	Daños materiales: 5% Robo total: 10%		
Ayuda económica inmediata en caso de pérdida total	\$ 6,500 pesos	opcional		
Pago de deducible en daños materiales por pérdida parcial	3%	5%		
Robo total de tu vehículo	✓	✓	✓	
Responsabilidad civil por daños a terceros	✓	✓	✓	✓
Gastos médicos a ocupantes	✓	✓	✓	✓
Protección legal	✓	✓	✓	✓
Responsabilidad civil al conducir otro vehículo	✓	✓	✓	✓
Daños materiales a tu vehículo	✓	✓		
Instalación y/o reposición de cristales en caso de rotura o desprendimiento (deducible del 20% del total de la reparación)	✓	✓		
Reposición de cristales por robo	✓	opcional		
Gastos médicos por asalto	✓	opcional		
Daños al interior del vehículo por robo	✓	opcional		
Asistencia Vial, asistencia en viajes y orientación telefónica	✓	✓	✓	✓



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Seguros de casa/habitación.

POLIFAM ¡ Protege tu hogar !
Cobertura a:
<ul style="list-style-type: none">• Tu casa o departamento, instalaciones, antenas, cristales, pisos y alfombras, bombas de agua• Los contenidos de tu hogar: ropa, libros, muebles, electrodomésticos y electrónicos, artículos deportivos, además de obras de arte y joyas• Objetos personales fuera del domicilio por robo y/o asalto• Trabajadores domésticos mientras desempeñan sus funciones• Contra riesgos naturales como terremotos, inundaciones, rayos, entre otros• Contra riesgos accidentales como incendio, explosión, caída y rotura de bienes, humo, etc.• Daños por huelgas, robo, asalto, vandalismo entre otros• Respaldo si algún miembro de tu familia rompe un objeto de valor o tu mascota lastima a un tercero• Descuentos por contar con protección adicional como alarmas, vigilancia y acceso controlado• Envío de ambulancia en caso de emergencia*• Consulta médica a domicilio*
* Servicio de Asistencia Polifam para reparaciones urgentes al inmueble y enlace con especialistas para reparaciones no urgentes

Seguros básicos

Vida Accesible	Gastos Médicos Accesible	Auto Accesible
Respalda la economía de tus seres queridos, ya que si llegaras a faltar, se les entregará la cantidad que tú elijas: \$100,000, \$200,000 ó \$300,000.	En caso de que tú o cualquiera de tus seres queridos llegará a ser hospitalizado o se le diagnosticará alguna enfermedad como apendicitis, cáncer, infarto cerebral, entre otros, se otorgará una cantidad en efectivo para hacer frente a los gastos que se hayan generado.	Si al conducir ocasionaras daños a bienes o a personas este seguro te brindará hasta \$250,000 para cubrir los gastos generados.
A partir de \$3.00 al mes	A partir de \$93.00 al mes	A partir de \$62.00 al mes

Seguros empresariales.

Vida

Vida Grupo y Colectivo.

El Seguro de Vida Grupo de GNP te ofrece respaldo para los miembros de tu empresa u organización, con servicios del más alto nivel que permiten enfrentar esas desafortunadas, pero inevitables eventualidades como: fallecimiento, invalidez, muerte por accidente o pérdida de miembros.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Este seguro te permite establecer diferentes opciones de beneficios, para cada uno de los grupos que integran la organización, de acuerdo con sus necesidades particulares; y tienes además, la alternativa de absorber el costo total de la prima o diseñar un esquema en el que tus colaboradores participan con un porcentaje.

Vida PYMES

Vida PyMEs es un producto que tiene como objetivo proteger a los miembros de organizaciones agrupadas en Pequeñas y Medianas Empresas con costos preferenciales contra fallecimiento, invalidez, muerte por accidente o pérdida de miembros, ofreciendo condiciones altamente favorables, en función de su costo, para que puedas brindarles la confianza y seguridad que requieren tus empleados.

Gastos Médicos Líneas Comerciales

Línea Azul Internacional.

Este seguro de Gastos Médicos Mayores garantiza un respaldo total en todo el mundo, sin importar el costo del tratamiento, ya que la Suma Asegurada puede contratarse de \$1,000,000 de UDS hasta ilimitada.

Línea Azul VIP.

Línea Azul VIP es el seguro que reúne los mejores servicios de salud, con cobertura en cualquier hospital del mundo y la posibilidad de atenderse con el médico de su preferencia, sin ninguna restricción.

Premier.

Línea Azul Premier comprende una gama de seguros de Gastos Médicos ofreciendo cuatro planes de alta calidad en atención médica y hospitalaria Premier 100, 200, 300 y 400, todos ellos con cobertura nacional.

SIGA y Accidentes personales.

SIGA.

Con SIGA evitarás estos gastos imprevistos, pues tiene cobertura mundial y protege a los Asegurados las 24 horas del día, mediante coberturas para Muerte Accidental, Pérdidas Orgánicas, Reembolso de Gastos Funerarios por Accidente e Indemnización Diaria, así como el reembolso de los gastos médicos erogados.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Con SIGA tus empleados y ejecutivos se mantendrán protegidos en todo momento, en caso de sufrir un accidente, y tú no tendrás que preocuparte, ya que, gracias a GNP recibirán todo el respaldo que necesitan para su pronta recuperación, evitando así, la pérdida económica que un desembolso por este concepto pudiera ocasionarte.

1.7 GRUPO BAL

GNP es una de las compañías aseguradoras líderes en el mercado mexicano, con 106 años de experiencia. Asimismo, es reconocida como una de las empresas más confiables, profesionales y solventes.

El domicilio fiscal es Avenida Cerro de las Torres 395, Col. Campestre Churubusco, Delegación Coyoacán, C. P. 04200, México, D.F. Tel. 52-27-39-99.

GNP forma parte de Grupo BAL, uno de los conglomerados empresariales más importantes y diversificados del país, constituido por instituciones de gran prestigio.

Grupo Bal es un conjunto de empresas de vanguardia que incorpora a un grupo diversificado, de negocios.



Cada uno de ellos se esfuerza por alcanzar el cuartil superior de su industria en cuanto a rentabilidad, y en su conjunto el conglomerado busca crear valor superior para los grupos interesados, ofreciendo Productos y servicios excepcionales a sus clientes, apoyando el desarrollo personal y profesional de sus empleados, contribuyendo así al avance de México.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

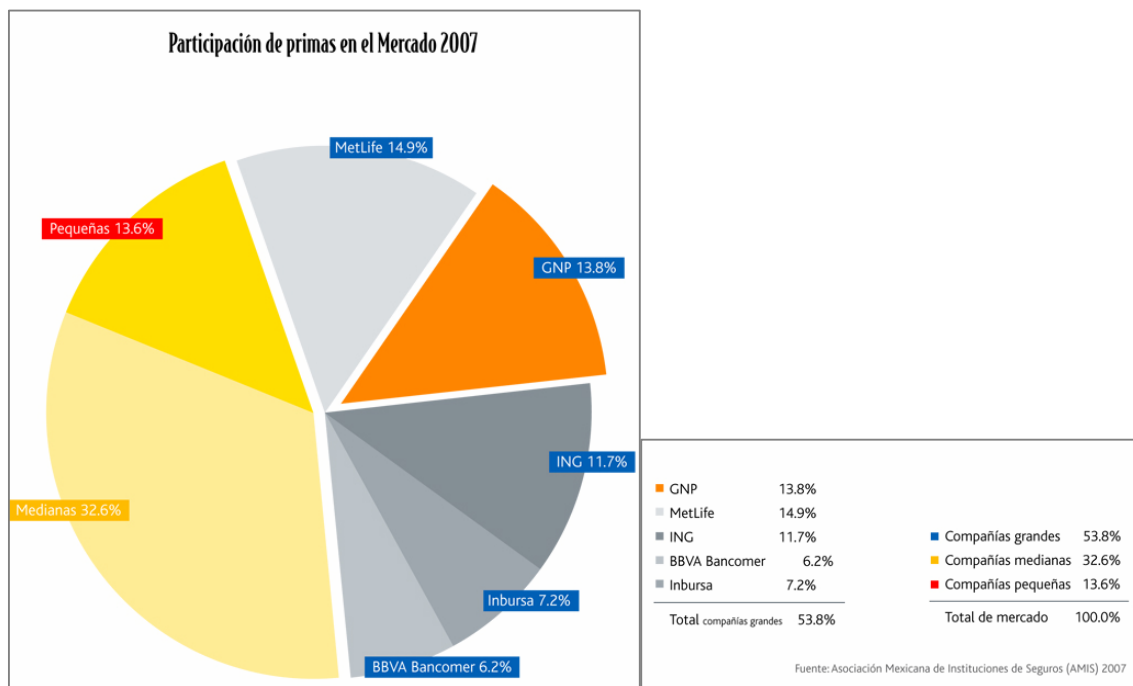
Valores:

Grupo Bal se apoya en dos valores fundamentales para el logro de sus objetivos: INTEGRIDAD Y LEALTAD.

La INTEGRIDAD implica honestidad, correlación palabras y nuestras acciones, respeto por las compañías y los empleados del Grupo, así como un profundo compromiso por acatar la ley y su espíritu y por proteger el ambiente.

La LEALTAD es nuestro compromiso con grupos interesados, clientes y empleados.

1.8 PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO



1.9 SITUACIÓN ACTUAL.

"Aseguradora líder en México"

"GNP Con mas cien años de experiencia en el mercado, y como una de las primeras aseguradores en México abarca aproximadamente 20% del mercado mexicano de seguros en todos los ramos."

1.10 MISIÓN.

"Su misión: Satisfacer las necesidades de protección y previsión financiera de los clientes, frente a los riesgos a que están expuestos, así como satisfacer sus necesidades de servicios de salud"

1.11 VISIÓN.

"Su visión: GNP se ve a sí mismo en un futuro como el proveedor de protección financiera, pensiones y servicios de salud más eficiente de América Latina, situándose al lado de los mejores proveedores de estos servicios a nivel internacional"

La visión de GNP define cuatro metas en las que debemos enfocarnos en los siguientes 5 años. Esta visión se llama: "1 en 4 en 5", lo que significa ser número 1 en 4 metas en los siguientes 5 años:

- + Número 1 en rentabilidad
- + Número 1 en servicio al cliente
- + Número 1 en eficiencia operativa
- + Número 1 en atraer y retener a las personas más talentosas.

Estos cuatro elementos de nuestra visión son integrales. Trabajaremos en cada uno de ellos al mismo tiempo, sin sacrificar alguno para conseguir otros.

"Con sus propios recursos financieros, y como resultado de cambios significativos en la legislación de la seguridad social en el país, GNP fundó Profuturo GNP, Porvenir GNP y Médica Integral GNP, que proporcionan servicios innovadores de pensiones y salud.



1.12 VALORES

Orientados al Negocio:

- * Resultados
- * Responsabilidad
- * Innovación

Orientados a las Personas:

- * Integridad
- * Colaboración
- * Pasión
- * Lealtad

Orientados al Servicio:

- * "Tratamos a nuestros clientes como nos gustaría ser tratados como clientes".

1.13 PUBLICIDAD.

“VIVIR ES INCREÍBLE”.

Durante 2007 se continuó con la campaña institucional de comunicación basada en el concepto “Vivir es increíble” reforzando el posicionamiento de Grupo Nacional Provincial como una empresa que “Celebra la Vida”, el cual fue lanzado en 2005.

Nuevamente, GNP fue distinguido con un premio EFFIE por su campaña de comunicación, reconociendo este año especialmente las ejecuciones con mensaje social que forman parte de la misma. Este premio es el reconocimiento internacional más importante de efectividad publicitaria.



La campaña 2007 logró mantener por cuarto año consecutivo a Grupo Nacional Provincial en el primer lugar de recordación de marca en el sector asegurador a nivel nacional, además de la gran aceptación del concepto en el público externo e interno.

1.13 Empresa Socialmente Responsable

GNP y la Comunidad.

A partir del 2004, nuestra empresa ha ampliado sus actividades sociales para cumplir su compromiso de contribuir activamente con el desarrollo de la sociedad mexicana, apoyando a los segmentos más necesitados de la población.

GOL por MÉXICO es el programa social de GNP, con el cual ayudamos a miles de niños, adultos y familias que viven en condiciones desfavorables, a través de 4 causas: nutrición, salud, educación y vivienda. Por cada gol anotado durante los torneos regulares del fútbol mexicano de primera división (apertura o clausura) transmitidos por Televisa, GNP contribuye a una de las causas mencionadas, asignada previamente a cada equipo. Fundación Televisa es la encargada de coordinar y ejecutar el programa a través de diversos organismos que garantizan una administración y aplicación eficiente de los recursos.

Nutrición.

Este esquema beneficia a niños de entre 0 a 5 años de edad de comunidades rurales/indígenas que cuentan con algún grado de desnutrición.

Si esta no es combatida a tiempo, los niños al llegar a la edad de cinco años reducen dramáticamente la posibilidad de tener una vida normal.

Es por ello que entregamos despensas quincenales a las familias, control de médicos y estudios bimestrales para los niños.

La Institución operadora relacionada con la causa de nutrición es Fundación un Kilo de Ayuda

Salud.

Incluye 3 diferentes programas:

- Transplantes de riñón,



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

- Transplantes de córneas y
- Entrega de auxiliares auditivos.

Las instituciones que ejecutan estos programas son la Fundación Nacional de Transplantes, Fundación venga y oiga, Instituto Mexicano de Transplantes, Fundación Sólo por Ayudar y Gabinete Audiológico Audios.

En el caso de transplantes, se proporciona ayuda económica para solventar los gastos de cirugía y medicamentos a personas que se encuentran en la lista nacional de transplantes y que no tengan la posibilidad económica de solventar estos gastos.

Para el caso de auxiliares auditivos, los beneficiados son niños y personas de edad avanzada en donde se les proporciona la valoración médica y los auxiliares auditivos, así como el seguimiento a cada caso.

Vivienda.

Estos goles sirven para apoyar la construcción de viviendas en zonas rurales / indígenas dándoles a las familias seleccionadas la oportunidad de tener un techo en donde vivir.

Este programa es administrado por la Fundación Hábitat por la Humanidad, México; Fundación Provivah y Fundación Ara.

Educación.

Consiste en proporcionar a escuelas que se encuentran en comunidades de escasos recursos, AULAS DE MEDIOS que constan de equipo de cómputo de alta tecnología con acceso a internet, TV satelital, así como BIBLIOTECAS ESCOLARES.

La Institución que apoya la causa de educación es, Fundación Únete.

Calificaciones Standard & Poor's



Grupo Nacional Provincial mantiene excelentes calificaciones crediticias. Standard & Poor's otorgó la calificación de "MXAA+" (Excelente) a nivel nacional y "BBB" (Muy Bien) a nivel internacional.

Standard & Poor's estima que GNP cuenta con suficiente flexibilidad financiera y no tendrá dificultad, si así lo decidiera, en encontrar socios adecuados para el resto de sus unidades de negocio.

1.14 REFERENCIAS

Calificaciones AM Best

AM Best Company fue fundada en 1899, realizó evaluaciones cuantitativas y cualitativas para prevenir y detectar la insolvencia económica de las aseguradoras.



Más que sólo hacer un juicio sobre el desempeño pasado de las empresas, las calificaciones otorgadas por AM Best, son un indicador de cómo se espera que las compañías se desempeñen en el futuro.

Durante 1999, Grupo Nacional Provincial comenzó a trabajar con esta empresa calificadora del sector asegurador.

A finales de ese mismo año, AM Best Company otorgó a GNP la calificación de A, derivado de su EXCELENTE FORTALEZA financiera, su desempeño operativo y las características de su mercado en comparación con los estándares establecidos. Con esta calificación se le considera una compañía con una capacidad FUERTE para hacer frente a sus obligaciones actuales.

Anualmente AM Best evaluará la situación de Grupo Nacional Provincial para otorgar la calificación correspondiente.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Salón de la Fama BSC.

GNP tiene el orgullo de pertenecer al Salón de la Fama del Balanced Scorecard.

El Balanced Scorecard (BSC) es un modelo de gestión de la estrategia -creado por los Drs. David Norton y Robert Kaplan- que fue considerado por Harvard Business Review como una de las ideas más influyentes del siglo XX debido a su utilidad en la comunicación y ejecución de la estrategia en las organizaciones.

El reconocimiento internacional "Salón de la Fama del BSC" (Balanced Scorecard Hall of Fame) se entrega a aquellas empresas que han obtenido resultados sobresalientes con base en su orientación a la estrategia.

El Dr. David Norton entregó este importante reconocimiento a GNP en el primer Encuentro Latinoamericano de Balanced Scorecard en septiembre del 2004.

Dentro de un grupo reducido de empresas a nivel mundial distinguidas con este premio, sólo una será recordada por convertirse en la primera empresa mexicana en lograrlo: GNP.



CAPITULO II

PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA EL AREA MÉDICA DE UNA ASEGURADORA



2.1 PROBLEMA O SITUACION A RESOLVER.

Debido a la necesidad de optimizar los recursos frente a la actual crisis el Director responsable de la Dirección Ejecutiva de Salud, se vio obligado a prescindir del Director del área médica.

Lo que a su vez desencadenó en estos últimos meses una reestructuración de todo el personal integrante de la dirección de salud. Sin embargo es dentro de la Subdirección Medica donde se ha presentado mayor movimiento y alteración del clima laboral; ya que se incrementaron tanto las responsabilidades como el número de colaboradores. Anteriormente solo la integraban el Subdirector Medico y 2 personas a su cargo, ahora producto de la reestructuración se anexo un Gerente, cuatro Jefes de Departamento y 7 Colaboradores Operativos. Es importante señalar que el personal recién integrado compone un grupo de naturaleza heterogénea de características muy diversas como la antigüedad y el tipo de profesión, además de que provienen de diferentes equipos de trabajo.

Acorde a la situación anterior, se ha detectado un clima de incertidumbre y tensión lo que a su vez ha generado sentimientos de desconfianza, inseguridad y confusión dentro del nuevo equipo de trabajo de la Subdirección Medica. Como consecuencia de esto se ha identificado una comunicación poco clara, disminución en la colaboración, al igual que desacuerdos en cuanto a conductas y comportamientos específicos entre los colaboradores.

2.2 PÚBLICO OBJETIVO.

Integrantes del nuevo equipo de la Subdirección Medica de GNP:

(1) SUBDIRECTOR.

(1) GERENTE.

(4) JEFES DE DEPARTAMENTO.

(7) OPERATIVOS.



2.3 OBJETIVO GENERAL DEL PLAN.

Propiciar el desarrollo y crecimiento del nuevo equipo que integra la Subdirección Medica, mediante el establecimiento de una comunicación clara, fluida y objetiva; lo que a su vez propiciara un adecuado ambiente laboral del trabajo por medio del fortalecimiento de sentimientos como la confianza, seguridad, autoestima y trabajo en equipo, apoyando los intereses y expectativas del personal y comunes, estimulando un sentimiento de reconocimiento y aprecio a sus habilidades y potencialidades.



2.4 DESARROLLO DE ESTRATEGIAS Y TACTICAS.

Dentro de este plan se incluyen diversas estrategias y tácticas que fomentaran actividades, permitiendo el logro de sus objetivos específicos, los cuales proveerán las herramientas y elementos que construirán el objetivo general.

2.4.1 ESTRATEGIA: CURSO DE MOTIVACION E INTEGRACION PARA EL NUEVO EQUIPO DE LA SUBDIRECCION MÉDICA.

Consecuencia de la reestructuración que se ha estado viviendo en la empresa en general, len los últimos meses la Subdirección Medica ha sobrellevado una constante rotación en cuanto sus colaboradores.

Debido a esto el líder del equipo se ha percatado de la necesidad de integrar a todos sus colaboradores tanto ya conocidos como nuevos elementos; fomentando una apertura que facilite la oportunidad a los nuevos miembros de presentarse y en general de conocerse. Lo que ha su vez permitirá definir las inquietudes que todos tienen al respecto de los cambios, la delimitación de las funciones, asignación de roles y en general la forma de trabajar con el nuevo equipo.

Se llevara a cabo un curso de motivación e integración con los siguientes módulos: integración, comunicación, trabajo en equipo, pertenencia / colaboración y reconocimiento / motivación. Dicho curso tendrá una duración de 7 semanas, donde se expondrán diversas estrategias que a su vez se alimentaran de diversas tácticas que fortalecerán los principios expuestos dentro de cada uno de los objetivos específicos, acercándose mas a la obtención del éxito.

Cada modulo se integra de:

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

ESTRATEGIA.

TACTICAS.

El curso se impartirá por un colaborador especialista del área humanística y desarrollo humano, perteneciente al área de recursos humanos de la empresa, dedicado que cuenta con gran experiencia en la empresa sobre el desarrollo de esta case de herramientas.



El curso se divide en 5 módulos, cada módulo tendrá una duración de 15 horas en promedio, los temas se impartirán de lunes a viernes de 8:00 a 11:00, teniendo un descanso de 15 minutos a la mitad de la jornada.

Se iniciaran actividades la primera semana del mes de mayo, se trabajara de forma ininterrumpida programando su culminación la tercera semana del próximo mes de junio.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL MODULO DE INTEGRACION.

- Integrar de forma sólida a todos los colaboradores del equipo con el fin de establecer una visión de destino compartido que permita identificar claramente las funciones y responsabilidades de cada uno.
- Fortalecer la integración por medio del conocimiento el manejo más adecuado y de las emociones.
-

2.4.3. TACTICA 1 INTEGRACION: COMO IDENTIFICAR LOS ASPECTOS BASICOS DE LA INTEGRACION.

Al hablar de integración, hacemos referencia a aspectos sumamente básicos pero que muchas veces pasan desapercibidos, la estrategia de integración se enfocara en la transición de conocer a los compañeros a reconocer a mis colaboradores.

Dentro de esta cada participante se dará a la tarea de escuchar, percibir y expresar opiniones sobre si mismo y los demás; desarrollando un clima positivo, ambiente de confianza que facilite la retroalimentación y anticipe posibles problemas.

Integrarse a un equipo de trabajo, demanda un adecuado manejo de las emociones, los INTEGRANTES deben identificar el impacto lo que provocan las emociones sobre las reacciones y comportamientos.



2.4.4 DINAMICA 1: "TE PRESENTO MI FLOR".

La dinámica consiste en:

Cada miembro del equipo deberá visualizarse como una margarita con 4 pétalos, los cuales serán representados por cada una de las 4 extremidades del cuerpo (manos y piernas); a las que su vez se les otorgara un aspecto de vida, respondiendo a los siguientes:

- Aspecto Laboral
- Aspecto familiar
- Aspecto personal
- Aspecto psicológico

Estos aspectos se deberán identificar con cada extremidad respondiendo a su importancia, significado y desarrollo conforme al criterio de cada participante, tomando en cuenta que se considera a las piernas como herramientas de base y de apoyo principalmente y a las manos como herramientas alcance y acercamiento.

Al tener perfectamente visualizados los cuatro pétalos, los participantes se deberán presentar y explicar al resto de los participantes.

Lo cual permitirá identificar las motivaciones, intereses y reflexiones de los compañeros, lo que a su vez me otorgara un conocimiento más profundo y personal.

2.4.5 TACTICA 2 INTEGRACION: INTELIGENCIA EMOCIONAL

Los participantes deberán aprender y adoptar el concepto de COEFICIENTE EMOCIONAL, que se refiere a la capacidad de reconocer nuestros propios sentimientos y los ajenos, de motivarnos y de manejar bien las emociones, en nosotros mismos y en nuestras relaciones. Describe aptitudes complementarias pero distintas de la inteligencia académica, que se refieren a habilidades cognitivas medidas por el coeficiente emocional. Esto a su vez sirve para diferenciar que una persona preparada intelectualmente puede ser falta de inteligencia emocional y que puede terminar trabajando a las órdenes de personas que cuentan con menor coeficiente intelectual pero mayor coeficiente emocional.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Se desarrollaran las habilidades sobre identificar la emoción o sentimiento que me provoca cada situación y aplicar estas preferencias para orientar la toma de decisiones, teniendo una idea realista de nuestras habilidades basadas en la autoconfianza. Las áreas identificadas a desarrollar son:

PERSONAL----- Yo, Conmigo Mismo

INTERPERSONAL----- Yo, Tu, comunicación

SOCIAL GRUPAL----- Nosotros, Colaboración

De igual forma se desarrollará un ambiente de confianza que facilite la retroalimentación y anticipe posibles problemas.

2.4.6 DINAMICA 2 INTEGRACION: SABIDURIA ORIENTAL-ORIENTADA AL MANEJO DE EMOCIONES.

ETAPA 1: Se aplicara un cuestionario diagnostico de Inteligencia Emocional, que arrojará las áreas de oportunidad para trabajar en el progreso de la Inteligencia Emocional.

AUTODIAGNOSTICO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL						
Responde con total sinceridad las preguntas que a continuación se presentan, conforme a la escala:						
1. Rara Vez						
2. En ocasiones						
3. Regularmente						
4. Frecuentemente						
5. Muy frecuentemente						
		1	2	3	4	5
1	Practico alguna técnica de control de estrés, como la relajación total					
2	Realizo actividades que me permiten descansar, además del dormir					
3	Dedico tiempo para disfrutar de momentos de esparcimiento					



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

4	Leo libros que enriquecen mis áreas intelectual y espiritual						
5	Visualizo escenarios futuros optimistas y esperanzadores						
6	Trabajo en fortalecer mi autoestima y mi seguridad						
7	Me comunico conmigo mismo de manera positiva y respetuosa						
8	Acepto mis errores, aprendo de ellos y finalmente los olvido						
9	Me perdono a mi mismo y a los demás						
10	Clarifico mis valores y elaboro mi misión de vida						
11	Identifico, controlo expreso adecuadamente mis sentimientos						
12	Expreso mi coraje, sin agredir o humillar a las demás personas						
13	Me permito expresar mi tristeza o miedo con personas de confianza						
14	Abrazo, río y regalo como formas de expresar mi alegría y amor						
15	Pido a los demás que expresen sus sentimientos conmigo						
16	Comprendo, sin juzgar o ridiculizar, los sentimientos de los demás						
17	Retroalimento respetuosamente los errores de los demás						
18	Ayudo a los demás a aprender de sus errores						
19	Busco negociar como una forma de solucionar los problemas						
20	Promuevo la colaboración y el trabajo en equipo						
<p>Nota al terminar una los resultados y reflexiona sobre las variaciones</p>							



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

ETAPA 2:

Se relatara un antiguo cuento japonés.

Según se cuenta, un belicoso samurai desafió en una oportunidad a un maestro zen a explicar el concepto de cielo e infierno.

Pero el monje contesto con desden "no eres mas que un patán" ¡no puedo perder el tiempo con un individuo como tu!

Herido en lo mas profundo de su ser el samurai, se dejo llevar por la ira, desenvaino su espada y grito: "podría matarte por tu impertinencia"; "Eso" repuso el monje con calma "es el infierno".

Desconcertado al percibir la verdad en lo que el maestro señalaba con respecto a la fuera que lo dominaba, el samurai se sereno, envaino la espada y se inclino agradecido al monje.

La lección: "y eso" añadió el monje..."es el cielo"

Al finalizar el relato se darán unos minutos donde los participantes deberán reflexionar e identificar una situación parecida donde se haber terminado en el cielo o el infierno, dependió del manejo emocional; para compartirla con el resto del equipo, quienes se darán cuenta del adecuado o erróneo manejo emocional de sus compañeros.

Cabe mencionar que la experiencia se debe platicar completa, hasta la ultima reacción y como conclusión, que fue lo que se aprendió de ella.

Posteriormente se discutirán los conceptos de:

AUTOREGULARIZACION: Maneja las emociones de modo que faciliten la tarea entre anos, en vez de entorpecerla, ser escrupuloso y demorar la gratificación en pos de los objetivos, recobrase bien de las tesones emocionales.

MOTIVACION: utilizar nuestras referencias mas profundas para orientarnos y avanzar hacia los objetivos, para tomar iniciativas y ser muy efectivos y perseverar frente a los contratiempos y las frustraciones.

EMPATIA: percibir lo que sienten los demás, ser capaces de ver las cosas desde su perspectiva y cultiva la afinidad con una amplia diversidad de personas.

HABILIDADES SOCIALES: manejar bien las emociones en una relación e interpretar adecuadamente las situaciones y las redes sociales, interactuar sin dificultad, utilizar estas



habilidades para persuadir y dirigir, negocia y resolver disputas para cooperación el trabajo de equipo.

Ya que se establecerán como principios del manejo de las emociones para la Subdirección de Salud, y se anexaran al documento de DECLARACION Y CODIGO DE ETICA DE LA SUBDIRECCION MEDICA.

2.4.7 OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL MODULO DE COMUNICACIÓN.

- Mejorar la comunicación interpersonal, definiendo las características que permitan la fluidez, facilitando el entendimiento principalmente entre los miembros de profesiones distintas dentro del mismo equipo.
- Instaurar el conocimiento sobre la inteligencia emocional.

2.4.8 TACTICA 1 DE COMUNICACION: CARACTERISTICAS BASICAS Y BARRERAS.

Respondiendo a la necesidad de establecer un vinculo de comunicación homogénea y reciproca entre los integrantes del equipo heterogéneo de la Subdirección Médica, tratando de disminuir las diferencias provocadas por motivos como: las distintas profesiones, diferencia de edades y hasta años de experiencia laboral, términos técnicos, formas de explicar y pedir las cosas hasta el tono de voz que se le da al mensaje.

Se especificaran las características detalladas y básicas que debe de tener todo mensaje a transmitir entre los miembros del equipo a todos los niveles y en todos sentidos (ascendente, descendente, lateral).

Se llevaran a cabo una dinámica sobre los canales de comunicación y sus diversas barras desde la más sencilla como el volumen de la voz, hasta una más compleja como la profesión del emisor al momento de transmitir un mensaje.

2.4.9 DINAMICA DE COMUNICACIÓN: “TELEFONO DESCOMPUESTO POR EDAD Y PROFESION”.

Respondiendo a la estrategia anterior se llevara a cabo la siguiente dinámica:

TELEFONO DESCOMPUESTO POR EDAD Y PROFESION.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

1. Entre todos se establecerán las “barreras de comunicación” que se consideran como protagonistas en la comunicación actualmente entre todos los miembros de la Subdirección Medica.
2. Una vez definidas las “barreras” se formaran dos equipos (equipo rojo y equipo azul), cada uno integrado por personas de diferente profesión y edad para mantener el equilibrio en la dinámica.
3. instrucciones para ambos equipos:

Equipo ROJO:

El equipo se deberá formar y al frente deberá estar una persona que cumpla con las características siguientes: ser medico, de edad mediana y con mas de 8 años de experiencia laboral; quien a continuación deberá crear un mensaje que va a comunicar al oído a la persona que le sigue y así sucesivamente. Cabe mencionar que el mensaje debe decirse directo, sin mencionar el nombre del receptor, debe contener términos médicos, en un tono de voz bajo y muy serio, con expresión facial de molestia, comentarse muy pegado al oído del compañero y aclarando que no se repetirá.

Equipo AZUL:

El equipo se deberá formar y al frente deberá estar una persona que cumpla con las características siguientes: ser administrador, joven y con menos de 8 años de experiencia laboral; quien a continuación deberá crear un mensaje que va a comunicar al oído a la persona que le sigue y así sucesivamente. Cabe mencionar que el mensaje debe comenzar: (Nombre del receptor), TE COMENTO Q... (MENSAJE), el cual debe contener términos administrativos, ser vago pero extenso, en un tono de voz bajo, comentarse separado del oído del compañero que apenas se pueda escuchar y sea difícil de entender, dando la oportunidad de reiteración, ósea modificando palabras pero no el sentido del mensaje.

A continuación ambos equipos comenzaran la transmisión de los mensajes a la par, cuando el mensaje se transmita a la última persona, esta deberá escribirlo en el pizarrón.

Finalizando la escritura de ambos mensajes, se llevara a cabo el análisis de estos, en el cual se determinara que tan cercanos están del original y posteriormente los entrantes de cada equipo darán su retroalimentación señalando los obstáculos, los cuales se enlistaran para partir de ellos en la determinación de las características clave que ayudaran a superar dichas interferencias, como: claridad, oportunidad, entonación, búsqueda de palabras de entendimiento universal, entre otras.



2.4.10 TACTICA 2 COMUNICACIÓN: INTELIGENCIA EMOCIONAL.

La inteligencia emocional es la capacidad de sentir, entender y aplicar eficazmente el poder al igual que la agudeza de las emociones como fuente de energía humana información conexión e influencia.

Estas pueden ser:

- momentáneas o duraderas
- profundas o superficiales
- positiva o negativas
- estables o en expansión
- orientadas hacia el pasado presente o futuro.

Y se consideran como básicas: el amor, el miedo, la alegría, la tristeza y el enojo

Al hablar sobre el conocimiento de nuestras emociones y su potencial, se logra que estas sean expresadas de forma congruente tanto en lo analógico como en lo digital. El lenguaje e nuestro cuerpo, nuestro gesto e incluso nuestro tono de voz mandan señales a nivel inconsciente mucho más poderosas que el contenido de nuestras palabras.

Toda comunicación para poder ser eficaz y enriquecedora tiene que mostrar una correspondencia en ambos hemisferios. Los dobles mensajes (la postura de nuestro cuerpo contrapuesta inconsciente a nuestras palabras), hace que nuestro interlocutor se confunda y no reciba con claridad el mensaje, detectando de manera sutil y contundente el estado emotivo con el que se le comunica la idea.

Los participantes mediante una situación simulada pretenderán mostrar una serie de emociones que a su vez los espectadores deberán identificar y posteriormente explicar su forma de definir las.



2.4.11 DINAMICA 2 DE COMUNICACIÓN: EMOCIONES INCONSCIENTES.

Reconocimiento de emociones para una comunicación eficaz

Dentro de esta, se solicitaran dos voluntarios y basados en la premisa de que las emociones se manifiestan en: la postura, el gesto, el ritmo, la respiración, la mirada y el tono de voz.

Se indicara a dos personas que compartan un mensaje con el equipo, sin importar cual sea, para dar la oportunidad de que estos identifiquen conforme a los aspectos anteriores las sensaciones y emociones del comunicador en ese momento y como las clasificarían conforme a los tipos mencionados dentro de la estrategia, si son:

- momentáneas o duraderas
- profundas o superficiales
- positiva o negativas
- estables o en expansión
- orientadas hacia el pasado presente o futuro.

2.4.12 OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL MODULO DE TRABAJO EN EQUIPO.

- Comprometer a los miembros de equipo a mantener las premisas de ambiente laboral, al igual que su responsabilidad para con el trabajo y el resto el equipo permitiendo mayor fluidez en trabajo.
- Reconocer lo que implica el trabajo en equipo para adoptar esta forma de trabajar como base para un desempeño más eficiente.
- Unificar los esfuerzos y enfocarlos a las nuevas responsabilidades y funciones

Respondiendo a las metas de la subdirección.



2.4.13 TACTICA 1 DE TRABAJO EN EQUIPO: EL ESTILO DEL CASTOR.

Se determinaran las diferencias que existen entre un grupo y un equipo, así como las ventajas y desventajas que se presentan ante esta forma de trabajo y su opinión al respecto, por medio de la libre expresión individual.

Se partirá del entendimiento basado en el siguiente principio: “apoyar los esfuerzos de mis colaboradores y compañeros, encaminándolos hacia los objetivos en común”, esto fungirá como guía hacia la integración del equipo para facilitando el trabajo individual y por que no... el de los demás.

Dando la oportunidad a cada persona de identificarse como parte importante del equipo, esto por medio del conocimiento de mi mismo y de mis compañeros, para que a su vez, posteriormente se logren establecer las expectativas personales y comunes, por medio de un contrato moral.

Llevar a cabo la estrategia basada en:

EL ESTILO DEL CASTOR Y LA CREACION DEL EQUIPO E TRABAJO.

Dentro de esta dinámica se proporcionara a los participantes los conceptos y el estilo del casto para potencializar el talento y la productividad de cada uno para su entrega dentro del equipo, con el objeto de verificar las dimensiones sobre esta forma de ver las cosas.

“EL ESTILO DEL CASTOR”.

Al hablar de equipo de trabajo se hace referencia a:

- la identificación y clasificación de las actividades necesaria para el desarrollo del trabajo y el logro de metas.
- Delimitación de funciones, delegación de responsabilidades y concentración de actividades.
- Vinculación de todos los aspectos anteriores.

¿COMO PODEMOS APRENDER DE LOS CASTORES?

La organización de un equipo de trabajo, se logra cuando varios individuos se proponen alcanzar un mismo objetivo, debiendo coordinar esfuerzos para lograrlo, lo cual debe darse de manera consciente y libre, señalando como y quienes darán cada cosa.



“LOS CASTORES HACEN LO QUE QUIEREN PORQUE QUIEREN!!...NO PORQUE ALGUIEN LOS OBLIGUE!

Se debe dar libertad a nuestros compañeros para que realicen su trabajo por que quieren y no por que están obligados = “estilo del castor”; esto a su vez se propone dejar que las personas asuman el mando, para enriquecer al equipo y a ellos mismos.

De igual forma la libertad permitirá determinar limites claros, saber con exactitud cual es el territorio de cada cual.

A través del estilo del castor se detecta de forma clara el acceso de todos a los recursos disponibles para trabajar lo cual incluye información precisa y actualizada, “todos los demás apoyan para que cada cual pueda mantener el control sobre su trabajo”

La esencia sobre la estrategia del **ESTILO DEL CASTOR**, radica en lo siguiente: Todos los miembros deben ejercer control sobre el cumplimiento de sus metas.

2.4.14 DINAMICA 1 DE TRABAJO EN EQUIPO: DECLARACION DE VALOR Y CODIGO DE ETICA.

Al inicio de la sesión se entregaran 2 hojas en blanco a cada integrante en las cuales deberán escribir lo siguiente:

- Concepto de Grupo
- Concepto de equipo
- Diferencias entre los conceptos anteriores
- Determinar los elementos esenciales que formaran un equipo de trabajo eficaz.
- Enlistar los valores en que se basan los equipos de trabajo.

“las metas son el futuro, los valores son el presente”

“las metas se establecen, los valores se viven”

“las metas cambian, los valores son inmutables y en ellos se puede confiar”



Una vez que cada participante finalice se expresaran y se llevara a cabo un consenso que dará como resultado la Declaración de Valor para un Equipo de Trabajo Eficiente.

El cual contendrá el concepto de trabajo en equipo, sus características específicas y valores universales en que sobre los que se, “los valores deben orientar todos los planes, decisiones y situaciones”; de esta forma registrarán las actitudes y comportamientos del equipo de trabajo de la Subdirección Médica.

Cabe mencionar que esta información se concentrara para dar formato adecuado y proporcionarse a cada uno de los colaboradores

2.4.15 DINAMICA 2 MANEJO DE EXPECTATIVAS Y CONTRATO MORAL.

Se formaran 3 equipos donde cada participante deberá exponer al resto de su equipo lo siguiente:

Cuales son mis expectativas de la subdirección y del equipo de trabajo

Que espero de mis demás compañeros

Que aportare al resto del equipo

Que no debo hacer para crear conflictos y entorpecer el trabajo

Posteriormente se realizará un consenso entre los miembros de cada equipo, para identificar coincidencias y establecer conclusiones sobre los puntos anteriores, ya que se expondrán por equipo para a su vez integrar las expectativas de cada uno y llegar a la definición y acuerdo de las generalidades por escrito, a las que todo el equipo de trabajo deberá responder a partir de ese momento.

Para visualizar claramente: límites, metas y valores se realizara con todo el equipo una analogía, donde el equipo se visualizara como un juego de fútbol donde las metas y valores son las rayas laterales del campo de juego mientras que se ajusten a las reglas podrán jugar en cualquier parte dentro de los límites del campo.

Respondiendo así a la paradoja: “al establecer los límites se les da al mismo tiempo la libertad para moverse”

Otro aprendizaje que me proporciona esta analogía es identificar y aceptar e desafío. Al visualizar las metas y valores del campo de juego y las reglas, el líder decidirá quien juega y en



que posición; descubriendo lo que la gente hace de manera natural y posteriormente determinando la forma de adaptar la organización para aprovechar este comportamiento natural y no al revés.

2.4.16 OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL MODULO DE PERTENENCIA Y COLABORACION.

- Incrementar la disposición en cuanto al apoyo entre todos los miembros del equipo logrando una sincera y autentica colaboración.
- Construir un ambiente de trabajo basado en: Confiabilidad, Profesionalismo, Accesibilidad, seguridad, capacidad de respuesta, cortesía, comunicación, credibilidad, conocimiento y empatía; que permita a los colaboradores sentirse identificado como parte del equipo de la Subdirección Médica fomentando el acercamiento.
- Disminuir los niveles de tensión, antipatía, estrés, confusión y arrogancia entre los integrantes de la Subdirección, proyectando una imagen de unidad.
- Difundir la identidad e imagen de la Subdirección Medica, creando un impacto que a su vez la encaminara al posicionamiento.

2.4.17 TACTICA 1 DE PERTENENCIA: IMAGEN E IDENTIDAD.

Para poder hablar de pertenencia tiene que haber una "conciencia" sobre formar parte de, ser del equipo, de conducir el equipo. Esta sensación es personal y se construye con trabajo y tiempo, no es el resultado de una mera afiliación o enunciación. En la pertenencia hay un "juramento" implícito de participación.

Por medio de esta se dotara de identidad e imagen de la Subdirección Médica, basada en una visión compartida, que a su vez generara compromiso en las tareas de conjunto y transformara a los individuos en un grupo de colaboradores motivados para la tarea cooperativa.

Esto servirá de inspiración para constituir personas plenas, personas que estén en contacto con ellas mismas, son su pasión, su creatividad y su energía y como consecuencia se lograra una mente grupal o inteligencia de enjambre.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Se llevara a cabo una ardua sesión de trabajo donde por medio de la intervención de todos los colaboradores se crearan los conceptos que constituirán la imagen e identidad sobre la Subdirección Medica y que a su vez presidirán conductas, comportamientos y formas de trabajar:

MISION

VISION

VALORES

SLOGAN

Permitiendo que los colaboradores intervengan en los proyectos, acontecimientos o dificultades a partir del aporte de ideas o puntos de vista es una forma de encender la inspiración grupal a fin de cultivar el compromiso.

2.4.18 DINAMICA 1 COLABORACION: FORMANDO FILAS.

Se integraran dos equipos ya formados los equipos la instrucción es: formar filas de forma rápida y ordenada cumpliendo los criterios que se mencionaran, el equipo que termine primero deberá gritar listo para identificarlo y corroborar si es merecedor de un punto.

CRITERIOS PARA FORMAR FILAS:

- formación por tamaño de Zapato, el más grande al frente y el más pequeño atrás.
- Formación por tamaño de brazo derecho, más corto al frente y más largo atrás.
- Formación por tono de cabello, mas claro al frente, mas oscuro atrás.
- Formación por orden alfabético de los nombres, pero a la inversa, de la Z a la A.
- Formación por antigüedad en el trabajo, mayor antigüedad al frente y menor atrás.

Al final se contarán los puntos para determinar el ganador y se le otorgara un premio como estímulo (el premio serán: paletas de caramelo)

NOTA: la actividad se debe culminar en no más de 3 minutos, si se sobrepasa el tiempo, nadie obtendrá premio.



2.4.19 TACTICA 2 COLABORACION: MANEJO SALUDABLE DE ESTRÉS.

Se identificara mediante un estudio diagnostico los factores y síntomas del estrés, sus rasgos de personalidad y que tan susceptible se es al estrés; conociendo lo anteriores se obtendrán herramientas para desarrollar una actitud más saludable ante el estrés y sus componentes: tensión- fuerza y reacción individual adaptativa del organismo ante una exigencia.

ETAPA 1:

Se aplicara un cuestionario que permitirá identificar los estresores relacionados con el trabajo y el hogar.

Estos cuestionarios, están diseñados para ayudar a los participantes a descubrir posibles fuentes de tensión que posiblemente no nos resulten tan obvias.

IDENTIFICACION DE ESTRESORES DENTRO DEL TRABAJO Y EL HOGAR				
Responde los siguiente cuestionarios, conforme a la siguiente escala:				
Marca la cifra del 1 al 5 conforme al que represente mejor el grado de tensión que la				
SI	amenaza te genere			
NO	La puntuación es Cero			
Estresores relacionados con el trabajo				
	Amenazas	SI	NO	GRADO DE ESTRÉS
1	¿Corres peligro de quedarte sin trabajo?			0 1 2 3 4 5
2	¿Tienes un jefe agresivo o con el que no hay comunicación?			0 1 2 3 4 5
3	¿Tienes que tratar con clientes agresivos?			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

4	¿Son poco dignas de confianza las personas que ostentan el poder (jefes o directivos de la empresa)?			0 1 2 3 4 5
5	¿Sufres acoso sexual?			0 1 2 3 4 5
6	¿Eres una victima de la "política o grilla de la oficina"?			0 1 2 3 4 5
7	¿Son poco dignos de confianza tus compañeros de trabajo?			0 1 2 3 4 5
8	¿Tienes que tratar con jóvenes difíciles?			0 1 2 3 4 5
9	¿Hay algún subordinado tuyo que pienses que es capaz de hacer el trabajo mejor que tu?			0 1 2 3 4 5

	Frustraciones			
10	¿Se estropea frecuentemente el equipo necesario para trabajar?			0 1 2 3 4 5
11	¿Son incompetentes tus compañeros de trabajo?			0 1 2 3 4 5
12	¿Es incompetente tu inmediato superior?			0 1 2 3 4 5
13	¿Se celebran demasiadas reuniones en el trabajo?			0 1 2 3 4 5
14	¿es poco gratificante tu trabajo, en términos de salario y perspectivas de futuro'			0 1 2 3 4 5
15	¿Se te ha excluido de la toma de decisiones?			0 1 2 3 4 5
16	¿Son poco claras tus metas?			0 1 2 3 4 5
17	¿Son tus valores incompatibles con los de la empresa para la que trabajas?			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Aflicción/Perdidas				
18	¿Te ha rebajado de categoría recientemente?			0 1 2 3 4 5
18	¿Te han avisado que vas a perder tu empleo o lo has perdido en los últimos 8 meses?			0 1 2 3 4 5
20	¿te acabas de jubilar?			0 1 2 3 4 5
21	¿se te ha trasladado a otra área?			0 1 2 3 4 5
22	¿Son nuevos tus jefes?			0 1 2 3 4 5
23	¿Tienes que ajustarte en la actualidad a cambios tecnológicos?			0 1 2 3 4 5
24	¿Has perdido una cantidad importante de dinero recientemente?			0 1 2 3 4 5

Aburrimiento				
Amenazas				
25	¿Es tu trabajo insulso, repetitivo o sin sentido?			0 1 2 3 4 5
26	¿Te falta la oportunidad de poder aprender cosas nuevas?			0 1 2 3 4 5
27	¿hay demasiado papeleo innecesario?			0 1 2 3 4 5
28	¿Son tus compañeros de trabajo poco interesantes?			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Tensiones Físicas			
	Amenazas		
29	¿Trabajas con turno cambiante?		0 1 2 3 4 5
30	¿trabajas muchas horas'		0 1 2 3 4 5
31	¿Tienes que hacer un largo camino para ir al trabajo'		0 1 2 3 4 5
32	¿Has cambiado tus condiciones de trabajo recientemente?		0 1 2 3 4 5
33	¿Hay mucha ruido a tu alrededor?		0 1 2 3 4 5
34	¿Te interrumpen frecuentemente con llamadas telefónicas?		0 1 2 3 4 5
35	¿Son poco adecuadas las condiciones de iluminación, calefacción, aire acondicionado o ventilador?		0 1 2 3 4 5
36	¿Tienes que llevar un uniforme incomodo?		0 1 2 3 4 5

Actuación			
	Amenazas		0 1 2 3 4 5
37	¿te han ascendido recientemente'		0 1 2 3 4 5
38	¿Has cambiado de trabajo recientemente'		0 1 2 3 4 5
39	¿tienes demasiado trabajo'		0 1 2 3 4 5
40	¿Tienes que ajustar constantemente las fechas de entrega?		0 1 2 3 4 5
41	¿hay una competencia feroz con otras empresas'		0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

42	¿Tiene mucha carga de responsabilidad?			0 1 2 3 4 5
43	¿has logrado algo destacado'			0 1 2 3 4 5
44	¿Esperas mucho de ti mismo'			0 1 2 3 4 5
45	¿Esperan mucho de ti tus jefes			0 1 2 3 4 5

SUBTOTAL: puntuación estresores relacionados con el Trabajo				
ESTRESORES RELACIONADOS CON LA VIDA EN EL HOGAR				
	Amenazas			
46	¿tiene otro amante tu pareja'			0 1 2 3 4 5
47	¿Es tu pareja una persona alcohólica?			0 1 2 3 4 5
48	¿Discutes con tu pareja mas de lo habitual o de repente mucho menos de lo habitual'			0 1 2 3 4 5
49	¿Te falta seguridad económica?			0 1 2 3 4 5
50	¿Tiene tu cónyuge una profesión más interesante o gratificante que la tuya?			0 1 2 3 4 5
51	¿Te causan problemas en casa tus parientes políticos?			0 1 2 3 4 5
52	¿vives en un área con una tasa de delincuencia alta'			0 1 2 3 4 5
53	¿Sufres discriminación racial?			0 1 2 3 4 5
54	¿Estas amenazado de sufrir violencia física?			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

55	¿Tienes problemas con tus vecinos?			0 1 2 3 4 5
56	¿Tienes tu o algún miembro de tu familia problemas con la política?			0 1 2 3 4 5
57	¿Hay un nuevo miembro en la familia?			0 1 2 3 4 5

	Frustración			
	Amenazas			
58	¿Son tu y tu pareja sexualmente incompatibles?			0 1 2 3 4 5
59	¿No has encontrado la pareja adecuada?			0 1 2 3 4 5
60	¿No tiene tiempo d dedicarlo a tus aficiones?			0 1 2 3 4 5
61	¿Son los demás incapaces de apreciar tus interese y talentos?			0 1 2 3 4 5
62	¿Se portan mal tus hijos?			0 1 2 3 4 5

	Aflicciones /Perdidas			
	Amenazas			
63	¿Ha muerto recientemente tu pareja o un miembro cercano de tu familia?			0 1 2 3 4 5
64	¿Ha muerto recientemente una persona amiga?			0 1 2 3 4 5
65	¿Ha muerto recientemente un animal de compañía?			0 1 2 3 4 5
66	¿Te acabas de separar o divorciar?			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

67	¿Te acabas e cambiar de casa?			0 1 2 3 4 5
68	¿Hay amigos o vecinos con los que tuviste relación que se hayan trasladado a vivir lejos de ti?			0 1 2 3 4 5
69	¿han dejado reticentemente e hogar tus hijos adultos			0 1 2 3 4 5
70	¿acaban de empezar a ir a la escuela tus hijos pequeños			0 1 2 3 4 5
71	¿se ha vuelto poco comunicativa tu pareja o algún miembro de tu familia			0 1 2 3 4 5
72	¿Tienes que dar paso frecuente las prioridades de los demás?			0 1 2 3 4 5
73	¿ha ingresado en prisión algún miembro de la familia			0 1 2 3 4 5
74	¿ha perdió el trabajo tu cónyuge			0 1 2 3 4 5
75	¿Se ha extinguido el derecho de redimir una hipoteca o un préstamo importante?			0 1 2 3 4 5
	Aburrimiento			0 1 2 3 4 5
	Amenazas			0 1 2 3 4 5
76	¿trabaja tu pareja un larga jornada			0 1 2 3 4 5
77	¿son las tareas domesticas responsabilidad tuya principalmente			0 1 2 3 4 5
78	¿actúas según los internes de los miembros de tu familia en lugar de los tuyos			0 1 2 3 4 5
79	¿vives en una zona aislada			0 1 2 3 4 5
80	¿tiene que recorrer una larga distancia para llevar a tus hijos a la escuela			0 1 2 3 4 5
81	¿le desagrada hacer vida social a tu pareja			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

	Tensiones Físicas			
	Amenazas			
82	¿te has lesionado seriamente, sufres una enfermedad o te has sometido a cirugía recientemente			0 1 2 3 4 5
83	¿hay algún lesionado o enfermo en tu familia			0 1 2 3 4 5
84	¿es minusválido algún miembro de tu familia			0 1 2 3 4 5
85	¿eres madre o padre soltera/o			0 1 2 3 4 5
86	¿depende de ti tu padre o madre			0 1 2 3 4 5
87	¿Te has quedado embarazada sin esperarlo o le ha sucedido a algún miembro de tu familia?			0 1 2 3 4 5
88	¿llora a menudo tu bebe			0 1 2 3 4 5
89	¿vives en un lugar donde no hay espacio suficiente para todos			0 1 2 3 4 5
90	¿ronca tu cónyuge			0 1 2 3 4 5
91	¿fuma tu pareja siendo tu no fumador			0 1 2 3 4 5
92	¿has empezado una nueva dieta			0 1 2 3 4 5
93	¿tienes que aguantar música a todo Blumen u otros ruidos de los vecinos o de tus hijos			0 1 2 3 4 5



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

94	Actuación			
95	Amenazas			
96	¿te acabas de casar			0 1 2 3 4 5
97	¿has empezado a realizar alguna aflicción que requiere ser competitivo			0 1 2 3 4 5
98	¿haces mas vida social de lo habitual			0 1 2 3 4 5
99	¿obtienen tus hilos malos resultados en sus estudios			0 1 2 3 4 5
100	¿espera mucho de ti tu pareja o de tu familia			0 1 2 3 4 5
101	¿eres el único que aporta sueldo en casa			0 1 2 3 4 5
102	¿tienes que pagar una hipoteca o un préstamo importante			0 1 2 3 4 5

	SUBTOTAL puntuaciones estresores relacionados con la vida en el hogar			
	MAS SUBTOTAL puntuación estresores relacionados con el trabajo			
	TOTAL			

	PUNTUACION	
	La puntuación obtenida te proporcionara una clara imagen de cuales son tus principales fuentes de estrés. Suma los puntos obtenidos en cada una de las áreas vital y compararlas para ver cual es mas estresante para ti. Suma desde la puntuación de ambas y anota el total en la escala que se presenta a continuación	



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

<i>Estrés Normal (1)</i>	<i>Estrés Moderado (50)</i>	<i>Estrés Alto (100)</i>
------------------------------	-------------------------------------	------------------------------

ETAPA2:

Conforme a tu personalidad selección 10 opciones que la definan:

SUSCEPTIBILIDAD ANTE EL ESTRÉS	
Secciona 10 rasgos que definan tu personalidad y señálos	
agresivo	Competitive
altruista	activo
equilibrado	paciente
responsable	relajado
tranquilo	tenaz
presionarte	constante
desesperado	pausado
colaborados	acelerado
independiente	directivo
esforzado	optimista



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

Suma los rasgos tipo A o B que seleccionaste y preséntalos como porcentajes.

TIPO A	TIPO B
agresivo	competitivo
altruista	activo
equilibrado	paciente
responsable	relajado
tranquilo	tenaz
presionante	constante
desesperado	pausado
colaborados	acelerado
independiente	directivo
esforzado	optimista
%	%



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

ETAPA 3:

Identifica los síntomas físicos, emocionales, mentales e interpersonales mas frecuentes que presentes en estado de estrés:

IDENTIFICACION DE SINTOMAS
Señala los síntomas mas frecuentes que se presentan en tu caso:
síntomas Físicos
dolores de cabeza
trastorno en el sueño
dolores e espalda
apretar mandíbulas o rechinar dientes
estreñimiento
diarrea o colitis
pústulas
dolores musculares
indigestión o ulcera
hipertensión o ataques cardiacos
sudor excesivo
cambios en el apetito
fatiga o perdida de energía
mayor numero de accidentes



Síntomas Emocionales	
ansiedad o preocupación	
depresión o llanto fácil	
cambios de humor	
irritabilidad	
nerviosismo	
escasa autoestima o sensación de inseguridad	
Incremento de la susceptibilidad. Sentirse herido con facilidad	
explosiones de ira	
agresividad u hostilidad	
sentirse emocionalmente exhausto o agotado	

Síntomas Mentales	
problemas de concentración	
problemas a la hora de tomar decisiones}	
olvidos	
confusión	
actitud excesivamente soñadora	
preocupación por una sola cosa	



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

perdida del sentido del humor	
menor productividad	
trabajo de mala calidad	
creciente numero de errores	
insuficiente criterio	

Síntomas Interpersonales	
Desconfianza injustificada hacia los demás	
culpar a otras personas	
faltar a citas o cancelarlas en el ultimo momento	
acusar y atacar verbalmente	
mantener una excesiva actitud defensiva	
abrumar a los que rodean con tu silencio	

Al finalizar, se proporcionaran las siguientes recomendaciones para el manejo de estrés, las cuales se aplicaran al momento de terminar los cuestionarios:

- RESPITACION PROFUNDA- respirar profunda y lentamente durante un minuto, tres segundos inhalando y cuatro segundos exhalando, desde el diafragma. Hacerlo de manera consciente hasta que se vuelva hábito.
- TENSION Y RELAJACION.- tensionar os músculos y luego relajarlos, de forma sucesiva en todas las zonas en que se sienta la tensión, por ejemplo: hombros y manos.
- AGUA.- tomar de manera lenta y consciente un vaso de agua; procurar tomar mínimo 8 vasos o dos litros al día, asimismo disminuir la cantidad de café y refresco.
- CAMBIAR DE ACTIVIDAD.- procurar variar una misma actividad que produzca tensión por ejemplo: practicar algún deporte, disciplina o actividad recreativa.



- **DESCANSO.**- descansar unos minutos, si es posible cerrando los ojos, o bien en un lugar tranquilo y agradable, por ejemplo: pasillo con plantas y ventilación.
- **PENSAMIENTO POSITIVO.**-tratar de crear imágenes positivas, pensamientos positivos generan sentimientos positivos y conductas agradables.
- **CAMBIO DE POSICION.**- cambiar la postura corporal de tal manera que la parte afectada de tensión, descansa, caminar, ponerse de pie, sentarse, inclinarse, etc.
- **ESTIRARSE.**- estirar todas las extremidades, hacer movimientos de cabeza y cintura en forma circular. El movimiento debe ser lo mas amplio y despacio posible.

2.4.20 OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL MODULO DE MOTIVACION Y RECONOCIMIENTO.

- Estimular a los integrantes del equipo para que recuerden y posicionen el reconocimiento sobre el valor y la importancia en el trabajo de todos.
- Que todos los colaboradores actúen tomando en cuenta y valorando el trabajo de los demás, creando un sentido de responsabilidad compartida.
- Incrementar el entusiasmo de los colaboradores sobre su desempeño diario, rompiendo con el paradigma de que el trabajo solo refleja números cantidades, dejando de lado el aspecto cualitativo.
- Propiciar un ambiente laboral orientado a reconocer y convertir a los colaboradores en lo mejor que pueden ser, desafiando sus límites y enfocando aun su lado de potencial y de oportunidad.

2.4.21 TACTICA 1 DE MOTIVACION Y RECONOCIMIENTO: “EL ESPIRITU DE LA ARDILLA”

Desde tiempos inmemorables el hombre detecto su necesidad imperante y natural a ser reconocido, es por ello que para lograr que nuestros colaboradores se sientan verdaderamente valorados, se recurrirá a la estrategia denominada “El espíritu de la Ardilla”.

La esencia del Espíritu de la Ardilla” radica en:

Poner el corazón en le trabajo que se hace



Impulsar una actitud positiva para marcar metas de crecimiento que exijan un gran esfuerzo e impliquen un desafío real.

En esta se exponen conceptos que constituyen una herramienta fundamental para el reconocimiento del trabajo individual, grupal y del resto de los colaboradores. Entre los conceptos se encuentran los siguientes:

Reforzamiento de los aprendizajes

Pérdida del sentido existencial; extravió del rumbo, compromiso o lo que es lo mismo de la “brújula existencial”, que guía la energía para hacer bien las cosas.

Se llevaran a cabo diversos estudios y sesiones de trabajo para incrementar la percepción de los colaboradores tanto personal como hacia los demás.

Lo cual a su vez permitirá Identificar hasta qué grado los colaboradores ha olvidado la trascendencia de su trabajo y la importancia de hacerlo adecuadamente en tiempo y forma.

CUESTIONARIO DE REFLEXION.

Se aplicara cuestionario que se compone de tres partes titulado: DE VERDAD... ¿TU TRABAJO VALE LA PENA? que permitirá explorar los sentimientos al respecto del valor que ellos observan en su trabajo. Este cuestionara permitirá medir el amor propio sobre el valor por el trabajo.

La primera parte se enfoca al aspecto laboral, mientras que la segunda al aspecto humanístico y la tercera a la implementación del sentido de la ardilla a la realidad en el trabajo. Esta parte no será necesario redactarla, solo se platicara entre todos para conocer opiniones e identificar coincidencias.

DE VERDAD... ¿TU TRABAJO VALE LA PENA?

Parte 1:

¿Por qué trabajas tú?

¿Qué te motiva en tu trabajo?

¿Cuál es la meta por la que trabajas?

¿Por qué esa meta te motiva?

¿Si no trabajas no sobrevivirás?



¿Por qué tu trabajo es importante...por que vale la pena?

Parte 2:

¿Cómo ayudamos a los demás con lo que hacemos?

(Con los demás se refieren la pregunta a cualquier persona, conocida, familiar, amigo, quien sea)

¿Cómo ayudo al mundo, cual es mi aportación?

¿Te consideras parte de este mundo? ¿Por qué?

Parte 3:

¿Cómo podrás aplicar estos conceptos del espíritu de la ardilla a la realidad de tu área?

2.4.22 TACTICA 2 MOTIVACION: "DON DEL GANSO".

Se desarrollara la habilidad conocida como el Don del ganso, la cual está orientada a generar entusiasmo, incrementar los niveles de energía y compromiso, lo que a su vez permitirá una mayor entrega de cada persona, dentro de los equipos de trabajo, por medio de la valoración real del capital humano. Asimismo se equilibraran las dimensiones de esta habilidad.

La enseñanza de los gansos radica en que durante todo su proceso de vuelo, se van rolando de posición, nadie pelea el liderazgo, brindándose entre si aliento. Un punto sumamente importante es que inyectan entusiasmo y emoción por medio del graznido que emiten, contagiando el ánimo y el impulso al resto.

Sin embargo estas medidas de entusiasmo deben ser las adecuadas, autenticas, consideradas con alimento para el espíritu. Es debido a esto que se propone tomar como fórmula de vital motivación:

E = mc o lo que es igual: "el entusiasmo equivale a la misión multiplicada o el circulante y las congratulaciones

MOTIVACION "EL VUELO DEL GANSO".

Se proyectara el video "El Vuelo del Ganso", que precisa 3 principios que a continuación se enlistan:



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

- I. Las congratulaciones, activas o pasivas deben ser reales.
- II. Felicitar por el progreso y no solo por los resultados.
- III. Darse animo mutuamente

Después de ver el video se deberán formar 2 equipos, para trabajar con un cuestionario y al finalizar, se realizaran una retroalimentación sobre las conclusiones de cada equipo.

CUESTIONARIO "El Vuelo de los Gansos".

1. ¿Qué significa en la vida real el vuelo de los gansos
2. ¿Qué nos enseña el comportamiento de los gansos?
3. ¿Cuáles son los comportamientos deseables para un buen equipo de trabajo?
4. ¿Cuáles son aquellos comportamientos que impiden el trabajo en equipo?
5. ¿De que manera puedes demostrar que sabes trabajar en equipo?



2.5 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACION.

La nueva integración de la subdirección demanda comunicación inmediata, clara y al alcance de todos sus miembros. Debido a constante asistencia a reuniones y juntas con otras áreas para la organización y delimitación del trabajo sobre diversos proyectos; muchas veces resulta complicado para el líder y su equipo reunir a todos los colaboradores para transmitir los mensajes entre ellos.

Es por esto que se requiere de un medio sencillo, claro y expuesto en un lugar fijo y alcance de todos, que permita transmitir las ideas y necesidades en el espacio y tiempo ideales, para posteriormente y de ser necesario profundizar en los temas pero donde los colaboradores ya tengan previa idea sobre la necesidad de tratar dicho tema mas a fondo y con mayor detenimiento.

2.5.1 TACTICA DE COMUNICACIÓN Y PARTICIPACION.

Es por lo anterior que se propone diseñar un boletín mural, que permita cumplir con la necesidad de comunicación inmediata en tiempo y forma.

La ubicación debe ser sencilla y conocida por todos, es por esto (líder del área), en la pared externa lateral derecha de la oficina, ya que cumple con todas las características necesarias para su visualización y conocimiento, es fácil de ubicar todos pasan por dicho lugar en determinado momento del día y no causara ningún conflicto sobre el espacio que se pueda restar.

El boletín se conformara de los siguientes apartados:

FRASE MOTIVACIONAL:

DIRECTORIO: en esta parte se enlistaran en orden jerárquico a los colaboradores de la subdirección médica, con nombre completo, puesto, ubicación dentro del edificio y número de extensión.

COMPROMISOS ACTUALES: en este apartado se describirán brevemente los objetivos y metas en que actualmente se esta trabajando. Señalara el periodo en el cual se esta trabajando y al que corresponde el compromiso, así como la fecha limite para culminarlo

PENDIENTE: todos los asuntos que aun no hayan llegado una culminación, puede ser desde un proyecto, hasta la realización de reuniones, juntas y comités. Dentro de estos se maneja la



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

siguiente clasificación: prioridad alta, prioridad media y prioridad baja; respondiendo a la atención que se le debe dar al pendiente, también se deberá señalar la fecha límite.

COMUNICADOS: avisos de diversa naturaleza, que respondan a la necesidad de difusión y que involucren directamente a la Subdirección media, felicitaciones, reconocimientos y logro de objetivos, entre otras cosas. Información sobre cursos, capacitaciones y calendario sobre actividades de interés para los colaboradores; asuntos de carácter un poco mas social; el comunicado debe contar con la fecha en que se publico en el boletín.



2.6 ESTRATEGIA DE RECONOCIMIENTO Y MOTIVACION.

La necesidad de reconocimiento puede llegar a ser uno de los estímulos más importantes en el sentir de una persona sobre la valoración y difusión de su trabajo. Es por esto y respondiendo a la necesidad de los colaboradores de sentirse reconocidos se dará perfilara un concepto que permita distinguir a a persona con la mejor actuación dentro de la subdirección en un periodo determinado, que a su vez se difundirá por toda la dirección de salud para que el resto de las áreas que trabajan en conjunto con la subdirección Médica también puedan saber y reconocer a el COLABORADOR MAS DESTACADO.

2.6.1 TACTICA DEL COLABORADOR MAS DESCATADO.

Se creara un mensaje electrónico que mensualmente se difundirá a todos los integrantes del la Subdirección Medica y demás colaboradores de áreas conjuntas a través de sus firma de correo.

El cual mencionara a la persona más destacada sobre el mes anterior de trabajo, su área experta de trabajo, el proyecto en el que se estaba desempeñando y por ultimo el logro o logros obtenidos que desembocaron en su selección para dicho reconocimiento.

Asimismo dentro del mensaje se incluirá la posibilidad de responder y/o enviar una felicitación a la persona en cuestión.



LA SUBDIRECCIÓN MÉDICA, Tiene el privilegio de reconocer a su:

Fecha: _____

Mensaje

Te agradecemos por compartir tus habilidades, talentos y conocimientos con el equipo de la Subdirección Médica, fortaleciendo así tu compromiso y contribuyendo al logro de los objetivos y al crecimiento en conjunto del área y de las personas que la conforman.

KOLABORADOR (A) MAS DESTACADO (A)!

Nombre Completo:

Por su participación en la ÉXITOSA CULMINACION del Proyecto:

Nombre del Proyecto: _____



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

2.7 CALENDARIZACION.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PUBLICAS								
ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8
Presentación al Curso de Motivacion e Integración del nuevo equipo de la Subdirección Medica Plan Estratégico de RRPP								
Introducción al Curso								
Presentación de los Asistentes								
Check List								
Planteamiento sobre el objetivo del CURSO y su contenido específico								
Presentación de los Objetivos y aplicación de Tácticas de Integración "Como identificar los Aspectos Básicos"								
Dinámica: "Te presento mi Flor"								
Presentación de la Táctica de Integración "Manejo de la Inteligencia Emocional"								
Dinámica: "Sabiduría Oriental - Orientada al Manejo de las Emociones"								
Etapa (1-2)								
Retroalimentación								
Presentación de los Objetivos de Comunicación "Características Básicas y Barreras"								
Dinámica: "Teléfono descompuesto por edad y profesión"								
Presentación de la Táctica de Comunicación " Inteligencia Emocional"								
Dinámica: Emociones Inconscientes (Etapa 1-3)								
Retroalimentación								



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PUBLICAS								
ACTIVIDADES	MAYO				JUNIO			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6	S 7	S 8
Presentación de la Táctica de Trabajo en Equipo "El estilo del Castor"								
Dinámica: Declaración de Valor y Código de Ética de la Subdirección de Salud								
Dinámica: Manejo de las Expectativas y Contrato Moral								
Retroalimentación								
Presentación de la Táctica de Pertenencia y Motivación "Imagen e Identidad"								
Dinámica: Diseñemos la Imagen e Identidad de la Subdirección Medica								
Dinámica: Formando Filas								
Retroalimentación								
Presentación de la Táctica de Colaboración "Manejo Saludable del Estrés"								
Dinámica: Estudio Diagnostico sobre Niveles de Estrés (Etapa 1-3)								
Retroalimentación								
Presentación de la Táctica de Motivación y Reconocimiento "El espíritu de la Ardilla"								
Dinámica: Cuestionario de Reflexión								
Presentación de la Táctica de Motivación "Don del Ganso"								
Proyección de Video: El vuelo del Ganso								
Retroalimentación								
Inicio sobre la utilización de la herramientas BOLETIN MURAL y MENSAJE AL COLABORADOR MAS DESTACADO								



2.8 PRESUPUESTO.

2.8.1 CURSO DE INTEGRACION Y PARTICIPACION.

El Plan Estratégico de Relaciones Publicas contempla como insumos necesarios, los siguientes:

Salón (equipado con lo sillas y mesas de trabajo)

Proyector

Pantalla

Pizarrón Blanco

Plumones

Hojas blancas

Plumas

Lápices

Videos de Trabajo en Equipo

Video de Integración

Video sobre el Rumbo Estratégico de la Empresa

Bolsa de Paletas (\$ 32.00)

La empresa cuenta con un Centro Exclusivo para la realización de cursos vivenciales y capacitaciones, dentro de sus instalaciones, es por esto que los insumos necesarios no representan gasto para la realización de las actividades.

La propia empresa y el área en cuestión contarán con todo lo necesario para llevar cabo el plan. Asimismo el departamento de Audiovisuales proporcionará los videos anteriormente mencionados, ya que forman parte de su stock básico.



2.8.2 PRESUPUESTO BOLETIN MURAL.

Pizarra de corcho tamaño mediano \$130.00

Impresión del formato de diseño del Mural a color

Se solicitara el apoyo del área de diseño para la impresión de la imagen diseñada sobre el
NOTA: formato del diseño, la cual se colocara sobre el corcho del pizarrón para la colocación de los mensajes.

Caja con tachuelas para colocar los mensajes

NOTA: todos los requerimientos de papelería como las tachuelas y los post its para los mensajes se solicitan a la asistente del director, para que a su vez ella levante el requerimiento con el área de papelería y recursos de oficina.

El mensaje de difusión y reconocimiento, tampoco representara un costo, ya que se diseñara por parte del líder del área en su propia computadora. Desde la cual también se difundirá al resto de los colaboradores y áreas pertinentes.



CAPITULO III

**EVALUACION
CONCLUSIONES Y
SUGERENCIAS**



3.1 EVALUACION.

El plan estratégico de Relaciones Públicas está compuesto por distintas estrategias que responden a objetivos específicos; asimismo se establecieron diversas tácticas que responden a las estrategias anteriormente comentadas.

Debido a esto se llevarán a cabo diversas funciones y actividades para evaluar los elementos anteriores y medir el impacto y alcance.

3.1.1 ACTIVIDADES DE EVALUACION.

A continuación se presentan los métodos de evaluación de cada una de las estrategias y tácticas:

- Al finalizar las dinámicas dentro del curso motivación e integración, se dedicará un espacio de tiempo para realizar una Retroalimentación referente a lo que fueron las estrategias, donde cada participante expondrá su condición actual al respecto del tema, opinión y la enseñanza que este obtuvo. De igual forma se solicitará que además de compartirla de forma oral e inmediata por favor se envíe por escrito vía correo electrónico a un Coordinador nombrado por el Subdirector para su concentración y realización de un reporte con Conclusiones Generales
- Se programarán las asambleas generales de carácter semanal posteriores a la aplicación del plan; donde se discutirá la Medición de los resultados, conforme al reporte que se presente por parte del Subdirector, lo cual permitirá la involucramiento directo de todos los colaboradores (Empowerment). Esto a su vez permitirá recapitulación para la identificación de focos rojos y áreas de oportunidad para fomentar una mejora continua sobre el funcionamiento y desempeño.
- Para el monitoreo sobre la evolución del equipo de trabajo, integración y colaboración; se llevará a cabo un ejercicio semanal denominado la Regla de los Tres números, que consisten en: Señalar que nuestro trabajo consiste fundamentalmente en tres grandes pasos a los cuales se les ha asignado un número:
 - 1.- **entradas:** identificar todos los insumos que ingresan a nuestro sistema para organizar nuestro trabajo.
 2. **Salidas:** los resultados, productos que salen de nuestro sistema.
 3. **Pendientes:** representan los asuntos que cada día no se concluyeron por la razón que sea. Forman un Stock diario



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

De esta forma: el gerente en conjunto con los Jefes de departamento deberán concentrar y administrar las entradas, las salida y la capacidad instalada de sus procesos ya que esta también será utilizada en resolver los pendientes; los cuales representan lo que el sistema aun no termina de procesar, que se sumaran a los nuevos requerimientos del sistema de cada día. Esta información se presentara en las dos asambleas generales pro mes.

- De igual forma se creara un Buzón Electrónico de temas diversos, que permitirá concentrar aportaciones sobre temas de interés para las sesiones de monitoreo, dudas, inquietudes así como la resolución a dichas cuestiones, expresión de inconformidades y propuestas de mejora.
- A partir del tercer mes después de la aplicación del plan se empezara a contar 21 días, donde se aplicara un ejercicio de evaluación, que ayudara al reforzamiento de la autoestima. Cada día se elige a una persona para reforzar su autoestima, puede ser familiar, amistad compañero e trabajo o colaborador. Le escribes en una pequeña tarjeta, todo lo positivo, que ves en el o ella, valores, cualidades, etc.: “yo te percibo como una persona...” terminando la frase con un mensaje positivo de aliento: “de corazón te deseo....”

Debes ser honesto y generoso, le explicas porque o elegiste y lees la tarjeta, llenas el formato que se presenta abajo y por ultimo en media cuartilla escribe el aprendizaje de esta experiencia.

PERSONA RELACION Y FECHA	VALORES Y CUALIDADES	REACCION



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

- Se aplicara el cuestionario que a continuación se presenta al tercer mes de la aplicación del plan, para llevar a cabo una evaluación sobre el COEFICIENTE EMOCIONAL.

A continuación señale la respuesta que le parezca más aproximada a sus vivencias. No existe corrección, no hay numero asociado a esa evaluación, posteriormente calcule la respuesta en la línea debajo de la pregunta, visualizando la dirección y el progreso identificado hasta ahorita.

CUESTIONARIO DE EVALUACION SOBRE EL PROGRESO EN LA INTELIGENCIA EMOCIONAL.

1. sabe reconocer en usted	
Nunca	Siempre
	miedo
	cólera
	tristeza
	amor
	alegría
	todas mis emociones

2. sabe identificar el desencadenante de su emoción	
Ninguna	todas
	siempre
	casi siempre
	a veces
	casi nunca
	nunca



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

3. sabe identificar las causas reales de sus emociones	siempre
	casi siempre
	a veces
	casi nunca
	nunca
Ninguna todas	

4. cuando esta triste	nunca estoy triste
	me vuelvo irascible
	me resfrío
	lloro solo
	lloro acompañado
Ninguna todas	

5. cuando algo no es de su agrado, lo dice	siempre
	casi siempre
	a veces
	casi nunca
	nunca
Ninguna todas	

6. hablar de sus miedos profundos le resulta	fácil, con cualquiera
	fácil con algunos
	difícil
	imposible
Imposible Muy Fácil	



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

<p>7. sabe demostrar su alegría: gritar, reír, abrazar</p>	<p>si, fácilmente</p>
<p>Fácilmente Lo evito</p>	<p>con algunas personas</p> <p>digo que estoy contento, pero no soy muy expresivo</p> <p>Lo evito</p>

<p>8. para hacer bien un trabajo, necesita que lo estimulen</p>	<p>siempre</p>
<p>siempre a veces</p>	<p>casi siempre</p> <p>a veces</p> <p>casi nunca</p> <p>nunca</p>

<p>9. hace cosas que perjudican su propia estima</p>	<p>muy a menudo</p>
<p>muy a menudo nunca</p>	<p>a menudo</p> <p>a veces</p> <p>casi nunca</p> <p>nunca</p>

<p>10. cuando esta en desacuerdo con un grupo de personas y nadie comparte su opinión</p>	<p>nunca estoy desacuerdo</p>
<p>nunca escucho y reafirmo</p>	<p>finjo estar de acuerdo</p> <p>Dudo en expresarlo</p> <p>agredo</p> <p>Escucho y reafirmo</p>



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

15. cuando todo el mundo esta nervioso, usted también se pone nervioso	siempre
	casi siempre
siempre	a veces
nunca	casi nunca
	nunca

16. habla de usted	con facilidad y todos
	solo con algunas
Nunca	Algunas cosas
Fácilmente	Solo si me conviene
	nunca

17. saluda	me es indiferente
	si me tienden la mano
Indiferente	Solo lo digo
Entusiasta	Lo digo y de mano
	con entusiasmo

18. es capaz de decirle unas palabras amables al portero	siempre
	casi siempre
Siempre	a veces
Nunca	casi nunca
	nunca



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

19. es capaz de decir "Te quiero"	siempre
	casi siempre
Siempre	a veces
Nunca	casi nunca
	nunca

20. si se siente intimidado ante alguien	permanezco retraído
	lo evito
	Trato de agradarle
Soy retraído	Establezco contacto fácil
Establezco contacto fácil	

21. si recibe un elogio	hace caso omiso
	Se sorprende
Caso omiso	Le agrada
Recibe y agradece	se siente en deuda
	Lo recibe y agradece

22. pide lo que necesita	siempre
	casi siempre
Siempre	a veces
Nunca	casi nunca
	nunca



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

23. sabe decir que no cuando algo no le conviene	siempre
	casi siempre
Siempre Nunca	a veces
	casi nunca
	nunca

24. cuando se ve envuelto en un conflicto	me escabullo
	me someto
Me escabullo Negocio	busco mediador
	negocio

25. es consciente del efecto de su comportamiento en los demás	siempre
	casi siempre
Siempre Nunca	a veces
	casi nunca
	nunca

26. sabe distanciarse de su punto de vista y ponerse en el lugar del otro	Siempre
	casi siempre
Siempre Nunca	a veces
	casi nunca
	Nunca



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

27. cuando le agreden	me siento culpable
	puedo ser violento
Me siento culpable	Soy
empático	me enfado y lo digo
	no digo nada
	intento comprender
	soy empático

28. se identificar lo que sienten los demás	Siempre
	casi siempre
Siempre	Nunca
	a veces
	casi nunca
	Nunca

29. cuando escucha a los demás, no puede evitar darles consejos	Siempre
	casi siempre
Siempre	Nunca
	a veces
	casi nunca
	Nunca

30. cuando alguien llora	no lo tolero
	intento distraerlo
Es insoportable	Lo acompaño
	lloro también
	intento consolarlo



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

31. cuando se ve obligado a trabajar en equipo	lo evito tiendo a aislarme
Evito Iniciativa	sigo al grupo participo dudoso tomo iniciativas



3.2 CONCLUSIONES.

Afrontar cambios es una de las principales cuestiones a la que el ser humano aun no ha logrado acostumbrarse a lo largo de su historia. Y por muy preparado que se crea o presuma estar; alguna señal de cambio provocara en nuestro ser una sensación de incertidumbre, curiosidad y en algunas ocasiones hasta resistencia a que este se haga presente ante nuestra persona.

Es por lo anterior que la Subdirección Medica requiere compartir la incertidumbre, confusión y curiosidad con todos los integrantes de su equipo, transmitiéndoles por medio del un Plan Estratégico de Relaciones Publicas, el mensaje de que la reestructuración y los movimientos consecuencia de ella. Se visualicen como momentos de oportunidad para desarrollarse y crecer individual, pero aportando a la formación de una nueva unidad de trabajo con intereses y metas en común.

Sin embargo se reconoce que no solo es cuestión de palabras bonitas dirigidas a los colaboradores, sino que a través de todas las estrategias se fortalezcan los principios de actuación como la comunicación, equipo d trabajo, colaboración, motivación; respondiendo a su vez a necesidades como la pertenencia y el reconocimiento necesarios para el impulso de toda persona.

De igual forma, dicho plan está diseñado de tal forma que brinda la seguridad sobre la erradicación de sentimientos negativos entre personas como el escepticismo, el rechazo, la mentira, la hipocresía, el egoísmo, la soberbia, entre muchos otros.

Por medio de los métodos de evaluación se respaldara el sencillo pero vital principio de: "La unión hace la fuerza", que permitirá a los colaboradores adoptar a la Subdirección médica como su nuevo terreno de impulso, donde se destaquen sus habilidades y alimenten sus capacidades. Asimismo sentirse identificados con las metas establecidas en el área, proyectando una imagen de fortalecimiento, solidaridad, solidez, compromiso y entrega ante los colaboradores del resto de las Aéreas.

El plan permitirá también posicionar la identidad propia y exclusiva del área, que con el tiempo será la carta de presentación de la subdirección media y sus colaboradores.



3.3 SUGERENCIAS.

La incertidumbre se considera como un sentimiento absolutamente normal y lógico al momento de enfrentarse a un cambio o nuevo reto; la cual trae a su vez otros sentimientos como inseguridad, apatía, antipatía, confusión, desconfianza, entre mucho otros que si no se canalizan y atienden a tiempo pueden llegar a generar graves conflictos entorpeciendo el trabajo.

La incertidumbre se considera como un sentimiento absolutamente normal y lógico al momento de enfrentarse a un cambio o nuevo reto; la cual trae a su vez otros sentimientos como inseguridad, apatía, antipatía, confusión, desconfianza, entre mucho otros que si no se canalizan y atienden a tiempo pueden llegar a generar graves conflictos entorpeciendo el trabajo.

Es por esto que a continuación se presentan algunas sugerencias que aportaran al cumplimiento de las metas:

- Monitorear la aplicación sobre los métodos de evaluación y partir de esos resultados diseñar un plan sobre actividades que permitan nutrir al equipo constantemente en todos los aspectos, profesional, social, mental, etc.
- Conservar siempre el canal abierto para que todo el equipo se sienta con la libertad de expresar sus inconformidades e inquietudes, al igual que propuestas de solución.
- Manifestar interés sobre las personas y no exclusivamente sobre el trabajo.
- En caso de que se incluyan nuevos miembros al equipo dedicar tiempo a su adecuada integración y que se sienta bienvenido desde el inicio.
- Proporcionar verdadera importancia a las estrategias y sus herramientas creadas dentro del Plan, que el líder predique con el ejemplo y haga correcto uso del boletín y del mensaje de reconocimiento, para que el resto del equipo también lo fomente.



PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PÚBLICAS

BIBLIOGRAFIA.

Adecec, El libro práctico de la Comunicación y las Relaciones Públicas, Ed. Folio, 1997.

Arceo Vacas, J. L., Las Relaciones Públicas en España, McGraw-Hill, Madrid, 2004.

Goldhaber, Gerald.M Comunicación organizacional México Diana 2001.

Longovoy, C. y Linon, M. (1983). Relaciones Públicas. Hispano Europea: Barcelona, tercera parte.

Relaciones Públicas: ataque integral. Laemer. Editorial: McGraw Hill.

Wilcox, Dennis Relaciones públicas: estrategias y tácticas Madrid Pear

