



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio

Carrera de Gestión de la Información Gerencial

Trabajo de Unidad de Integración Curricular

Previo a la obtención del título de:

Licenciada en Gestión de la Información Gerencial

Tema:

Diseño de una política que contribuya al mejoramiento de la difusión de la información interna en la Compañía Farmacéutica Vera S.A. 2022 (Propuesta Metodológica)

Autora:


Brigith Maholy Castro Barrezueta

Tutora:

Ing. Sonia Patricia Andrade Alvarado

Manta-Ecuador

2022

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1 Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contable y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular y/o Examen de carácter complexivo bajo la autoría de la estudiante Castro Barrezueta Brigith Maholy, legalmente matriculado/a en la carrera de Gestión de Información Gerencial, período académico 2022-2023, cumpliendo el total de 240 horas, cuyo tema del proyecto es "Diseño de una política que contribuya al mejoramiento de la difusión de la información interna en la Compañía Farmacéutica Vera S.A., 2022".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 19 de julio de 2023.

Lo certifico,


 Ing. Patricia Andrade Alvarado
Docente Tutor(a)

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

Índice

Tema	5
Resumen.....	6
Abstract	7
Introducción	8
Contexto del proyecto	10
Antecedentes investigativos	10
Planteamiento del problema	11
Delimitación del problema	12
Objetivos	13
Objetivo General.....	13
Objetivos Específicos	13
Justificación.....	14
Impacto Social.....	15
Marco Teórico.....	16
Información	16
Características de la calidad de la información.....	17
Uso de la información	18
Difusión de la información.....	19
Políticas	19
Características de las políticas.....	19
Funciones de las políticas.....	20
Política Organizacional	20
Políticas para la difusión de la información	21
Componentes de las políticas para la difusión de la información	21
Fases para diseñar una política para la difusión de la información.....	22

Marco Metodológico.....	23
Paradigma y tipo de investigación	23
Enfoque	23
Técnicas.....	24
Instrumentos	24
Recursos	25
Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos	25
Análisis e interpretación de los resultados.....	26
Conclusiones.....	34
Propuesta.....	35
Cronograma.....	42
Bibliografía	43
Anexos	52

Tema

Diseño de una política que contribuya al mejoramiento de la difusión de la información interna en la Compañía Farmacéutica Vera S.A., 2022

Resumen

En la actualidad, las empresas reconocen el proceso de difusión de la información como un elemento fundamental para su funcionamiento eficiente y estratégico. Al ser la información considerada como un recurso intangible las empresas buscan gestionarla de manera efectiva. Esto implica implementar políticas y prácticas para garantizar la calidad, confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información.

Debido a esto, la presente investigación prioriza las alternativas de solución ante la problemática detectada y se enfoca a dar cumplimiento al objetivo principal que radica en diseñar una política que propicie el mejoramiento de la difusión de información interna en COFARVE S.A.

La problemática se enmarca dentro de un contexto que comprende diversos factores y circunstancias que influyen, como es el caso del entorno empresarial, la difusión de la información, las políticas y otros elementos relevantes. De esta manera, se llevó a cabo un análisis intensivo de la fundamentación teórica existente en fuentes de información primarias (artículos, tesis, ensayos) y secundarias (libros de texto y artículos de revisión), así mismo se utilizó la técnica de la entrevista, y entre los instrumentos, cuestionario y guía de observación.

Entre las conclusiones más relevantes de este proyecto se puede destacar que la inexistencia de una política está repercutiendo sobre la difusión de la información interna dentro de COFARVE S.A. Los resultados obtenidos conducen a identificar la importancia de diseñar este instrumento de forma adecuada.

Palabras clave: Difusión de la información, calidad de la información, políticas, información interna.

Abstract

Nowadays, companies recognize the information dissemination process as a fundamental element for their efficient and strategic operation. Since information is considered an intangible resource, companies seek to manage it effectively. This implies implementing policies and practices to guarantee the quality, confidentiality, integrity and availability of information.

Due to this, the present research prioritizes the solution alternatives to the detected problem and focuses on fulfilling the main objective, which is to design a policy that favors the improvement of the internal information dissemination in COFARVE S.A.

The problem is framed within a context that includes several factors and circumstances that influence, as is the case of the business environment, the dissemination of information, policies and other relevant elements. In this way, an intensive analysis of the existing theoretical foundation in primary (articles, theses, essays) and secondary (textbooks and review articles) sources of information was carried out, as well as the interview technique, and among the instruments, questionnaire and observation guide.

Among the most relevant conclusions of this project, it can be highlighted that the lack of a policy is having an impact on the dissemination of internal information within COFARVE S.A. The results obtained lead to identify the importance of designing this instrument appropriately.

Key words: Information dissemination, information quality, policies, internal information.

Introducción

A medida que pasan los años, la difusión de la información en las empresas se ha convertido en un componente importante para conducir las al éxito.

González (2018) establece que “los procesos de información pueden realizarse de forma personalizada, como respuesta a una consulta formulada de forma particular, o bien, de un grupo (vía presencial, telefónica, correo ordinario, correo electrónico)” (p.40). Por lo cual, se puede deducir que los procesos de información pueden adaptarse a las necesidades individuales o grupales de diferentes formas. Este proceso “es responsabilidad y compromiso de todos los colaboradores de una empresa y debe ser participativo” (Guevara, 2006, p. 45).

A partir de estos argumentos, se afirma que la información en la actualidad puede encontrarse en una amplia variedad de lugares y formatos. Sin embargo, con la generación de grandes cantidades, las empresas se enfrentan al riesgo de dispersión y falta de coherencia en la información que es difundida a nivel interno. Lo cual conduce a tomar decisiones erróneas.

Las empresas deben buscar mecanismos que les permitan mitigar los riesgos que pueden surgir ante el proceso de difusión de la información. En este contexto, el mecanismo utilizado son las políticas. Casanovas (2013) expresa que las políticas son “documentos que detallan el modo en que la organización espera que se comporten sus empleados en el desarrollo de sus funciones” (p. 3).

Con la aplicación de una política, se puede asegurar la información que se gestiona con la finalidad de protegerla de pérdidas, filtraciones o accesos no autorizados, garantizando su relevancia, pertinencia, actualización, y confidencialidad. En este sentido, el presente proyecto de titulación tiene como objetivo diseñar una política que propicie el mejoramiento de la difusión de información interna en COFARVE S.A.

El proyecto tiene un enfoque cualitativo, presentando un alcance bibliográfico y descriptivo. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la entrevista lo que implicó la observación directa y la recopilación de datos en un entorno controlado.

Para mantener un orden en la presentación de este trabajo, su contenido se ha estructurado de la siguiente manera:

Contexto del proyecto en el cual se proporciona información relevante y necesaria para comprender el marco en el que se desarrolla el proyecto. Los elementos incluidos son: planteamiento del problema, delimitación del problema, los objetivos (general y específicos), justificación y el impacto social del proyecto.

Marco Teórico en el que se presenta un marco conceptual que identifica y organiza los conceptos y variables que se utilizaron durante la elaboración del estudio. Este capítulo aporta enfoques teóricos existentes que se relacionan con el tema de la investigación.

Marco Metodológico donde se describe y justifica el enfoque, los métodos, las técnicas, los procedimientos y recursos que se utilizaron para desarrollar el proyecto.

Análisis e interpretación de los resultados donde se fundamentan las respuestas obtenidas a través de la entrevista aplicada.

Conclusiones en este apartado se presentan los descubrimientos principales del estudio.

Propuesta donde se da a conocer la política diseñada para mejorar la difusión de la información en COFARVE S.A.

Contexto del proyecto

Antecedentes investigativos

En el contexto de la sociedad actual, la información es considerada como el recurso intangible más importante y forma parte esencial de las actividades diarias que realizan las empresas, por lo tanto, debe estar regulada por políticas que la protejan y garanticen su adecuada gestión.

Dentro de las organizaciones se necesita interacción constante y cooperativa entre los colaboradores y la dirección, por ende, la correcta difusión de la información supone el logro de la satisfacción y motivación de todos los involucrados, esto debido a que logran un desenvolvimiento ordenado y eficiente.

Este tema, presenta una importancia empresarial a nivel mundial y por tal motivo ha sido tratado desde los siguientes estudios:

En Argentina, se llevó a cabo un estudio realizado por Yoguel, Novick, Milesi, Roitter & Borello (2004) “Información y conocimiento: la difusión de las tecnologías de información y comunicación” cuyo objetivo fue contribuir al análisis de la información y el conocimiento en América Latina, centrándose en el uso y difusión de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la industria manufacturera Argentina. Como resultado de esta investigación se permitió identificar un conjunto de cuestiones útiles para el diseño de políticas de difusión de la información, esto debido a que la incorporación sistémica de tecnologías de información y comunicación no puede concebirse como un proceso independiente del desarrollo de competencias endógenas de las empresas.

En Ecuador, se presenta un estudio efectuado por Sarzosa (2011) “Estrategias de Comunicación Interna para la Difusión de Información Institucional en Tecna del Ecuador” cuyo objetivo fue determinar los nuevos y tradicionales medios de comunicación organizacional que

existen dentro de las organizaciones actuales. Por sus resultados se evidencia que el problema en las organizaciones, es muchas veces la falta de conocimiento de los colaboradores sobre el uso que se puede dar a las distintas herramientas de difusión de la información, limitando su uso a lo más práctico y sencillo.

En Manabí, se realizó un estudio por Vera (2021) “Sistema De Comunicación de Información en la Carrera de Tecnologías de la Información de la Universidad Estatal Del Sur De Manabí.” Cuyo objetivo fue Implementar un sistema de comunicación de información interna de la carrera de Tecnología de la Información de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Por los resultados obtenidos se expone que mediante la implementación del sistema de comunicación se logró optimizar los procesos de información y comunicativos internos de la carrera. Y se evidenció una mejoría en la difusión de información a los estudiantes y docentes.

Planteamiento del problema

La difusión de la información se ha convertido, en los últimos años, en uno de los elementos críticos en los planes estratégicos de las organizaciones públicas y privadas.

Con el análisis de los estudios presentados, es imprescindible mencionar que la difusión de la información está ligada directamente a la comunicación interna de las organizaciones. Y a pesar de la importancia que tiene el adecuado sistema de difusión de la información, existen en la actualidad empresas que no cuentan con una base sólida en la cual apoyarse cuando se gestiona la información que se genera de manera interna.

Desde este análisis se han determinado como manifestaciones externas del problema, las siguientes: Falta de políticas internas institucionales; bajo nivel de conocimiento por parte del personal sobre políticas internas; bajo nivel de ejecución del proceso de difusión de información; escasas redes internas de difusión de información

Para esta investigación se tomó como referente a la empresa COFARVE S.A del cantón Manta, en el año 2022, en donde se aplicó una guía de observación para diagnosticar el estado inicial de la organización y del personal encargado de gestionar las políticas internas, evidenciándose, las siguientes fortalezas:

Los colaboradores están capacitados y preparados para afrontar cambios; se cuenta con canales de difusión, como el correo electrónico; existe buena relación comunicacional entre gerente y colaboradores. Sin embargo, y de manera consecuente se detectaron los siguientes problemas: Falta de políticas de difusión de información; escaso conocimiento por parte del personal sobre la difusión de la información; subutilización del sistema informático corporativo para la difusión de la información, entre otros.

Con base a lo expuesto, se considera que COFARVE S. A., ante la carencia de una política clara y efectiva de difusión de información se puede ocasionar problemas de divulgación inadecuada o inconsistente de datos, falta de canales de comunicación efectivos y accesibles, y la propagación de rumores o información no oficial. Estos problemas tienen el potencial de afectar negativamente la confianza de los clientes, la toma de decisiones basada en datos precisos y la reputación de la empresa en general. Por lo tanto, es crucial abordar esta situación mediante el diseño de una política de difusión de información adecuada y eficiente.

Delimitación del problema

Inexistencia de políticas para la difusión de la información interna en COFARVE S.A.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una política que propicie el mejoramiento de la difusión de información interna en COFARVE S.A.

Objetivos Específicos

- Caracterizar los referentes teóricos con respecto a las políticas en las organizaciones y la difusión de la información
- Diagnosticar y evaluar la situación inicial de la empresa con respecto a la existencia de políticas, normas o procedimientos que contribuyan en la difusión de la información.
- Analizar y delimitar los componentes para el desarrollo de una política de difusión de la información.
- Proponer una política de difusión de información para COFARVE S.A.

Justificación

La incorrecta difusión de la información es causada por varios factores como la falta de políticas que orienten de manera favorable la comunicación interna, la falta de conocimiento por parte de los involucrados acerca de las políticas existentes y la forma inadecuada de ejecutarlas, generando principalmente escasas redes de comunicación, entre otras que repercuten en la difusión de la información interna. Por ello, con este estudio se pretende diseñar una política que contribuya al mejoramiento de la difusión de la información dentro de la compañía.

En la actualidad, todas las organizaciones deben apoyarse del uso de políticas para desarrollar de manera más eficiente sus procesos, así, la difusión de la información no se verá afectada por los problemas internos que puedan surgir.

El propósito de esta propuesta metodológica es incentivar a las organizaciones a innovarse, dejando atrás los métodos tradicionales y empíricos que se basan en “haré lo que sé” haciendo uso de políticas, mismas que les permitirá gestionar su información de una manera mucho más rápida y eficaz.

La importancia de este proyecto radica en el diseño de una política que le permita a la compañía mejorar su difusión de información interna permitiendo acrecentar el valor de la información que manejan, con el fin de que esta sirva de apoyo a la hora de tomar decisiones.

El proyecto se desarrolla sistemática y metodológicamente, al proponer el diseño de una política basada en a) Identificar qué tipo de información se debe divulgar, b) A quién va dirigida y con qué propósito; c) Establecer canales de comunicación efectivos y estrategias específicas para cada grupo de interés; d) Considerar aspectos como la relevancia, exactitud, oportunidad y accesibilidad de la información; e) Utilizar lenguaje sencillo y adaptado al público objetivo, incorporar elementos visuales y utilizar diferentes formatos para mejorar la comprensión y el

impacto de la información; f) Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir la efectividad y el impacto de la política de difusión de información y desarrollar mejoras a partir de los resultados obtenidos.

Además, se fundamenta teóricamente, a partir de definiciones de información; características de la calidad de la información: precisa, fácil de usar, compatible, accesible, relevante, oportuna, orientada al usuario, completa; el uso de la información; difusión de la información; Políticas; características de las políticas; funciones de las políticas; política organizacional; políticas para la difusión de la información; componentes de las políticas para la difusión de la información; fases para diseñar una política para la difusión de la información.

Dentro de la propuesta se definen las siguientes fases: análisis del problema; soluciones; factibilidad; redacción de política.

Esta investigación es factible puesto que se apoya con recursos bibliográficos para la búsqueda de información, además se cuenta con el apoyo de los que conforman COFARVE S.A, quienes permitirán obtener información necesaria a partir de su participación en la aplicación de la entrevista y una guía de observación. Finalmente, se sustenta con la orientación de una tutora, la cual cumple el rol de guía, para alcanzar las expectativas del proyecto de titulación.

Impacto Social

Se pretende cumplir con las exigencias que conlleva la difusión de la información con la aplicación de la política que se diseñará beneficiando a COFARVE S.A, debido a que promueve la transparencia en la comunicación entre la organización y los diferentes grupos de interés, como la comunidad, los clientes, los colaboradores y los socios. Esto genera confianza y credibilidad, ya que la información se comparte de manera abierta y accesible.

Marco Teórico

El estudio de la difusión de la información en las organizaciones ha buscado comprenderse desde distintos autores. No obstante, para entenderla será importante, en primera instancia, definir algunos conceptos claves en el tema de estudio.

Información

Desde hace unas décadas, la información cobró un valor significativo dentro del ámbito organizacional despertando el interés de los gerentes e investigadores. A partir de ese momento este término ha estado relacionado o en ocasiones utilizado como sinónimo de datos, conocimiento, hechos, comunicación, entre otros.

En su definición más reciente y para Cambridge International Examinations (2017) la información son los datos que previamente han sido procesados y que dan como resultado un hecho capaz de ser transmitido por su valor significativo.

Son varios los autores que definen este término y también se expone el siguiente concepto:

En su definición más antigua y según Chiavenato (1999) la información puede provenir del ambiente externo e interno de la organización, es aquella que presenta significado e intencionalidad y que se obtiene de la clasificación y almacenamiento de los datos.

A partir de estos conceptos, se reconoce la importancia de saber diferenciar entre el dato y la información, siendo esta última el resultado que surge de los datos procesados. También se puede mencionar que la información tiene múltiples definiciones, pero en su mayoría, estas presentan similitud lo que direcciona a interpretar que los autores comparten los mismos criterios.

Características de la calidad de la información

La información al ser contemplada como un insumo de gran importancia no solo en el ámbito empresarial sino en cualquier circunstancia, posee una lista de características que debe cumplir para ser considerada una información de calidad.

De esta manera, PowerData (2016) expone las siguientes características:

Precisa: Hace referencia a cuando la información no genera dudas a quien la utilizará y en términos específicos es exacta. Lo cual puede parecer evidente, sin embargo, la inexactitud es uno de los problemas que más presenta la información.

Fácil de usar: De por sí, la información no se gestiona de manera fácil y cualquier persona no cumpliría con las competencias para ejecutarla adecuadamente. Por ese motivo, esta característica hace énfasis en que la información tiene que ser lo más clara posible para garantizar su inteligibilidad.

Compatible: Debe ser compatible con otro tipo de información, esto se da cuando, por ejemplo, dos o más sistemas trabajan en conjunto para gestionar la información.

Accesible: Estar en el momento cuando se la requiera, en el ámbito empresarial, si el gerente necesita información acerca de las ventas de los últimos meses para poder tomar una decisión, es necesario que dicha información esté a disposición. El autor menciona que esta característica se complementa con la puntualidad.

Relevante: La información presenta subjetividad, lo que es relevante para una persona puede no serlo para otra. Por esta razón, la información debe llegar siempre a las personas correctas, así esta le sacará provecho y cumplirá sus necesidades.

Oportuna: La información, como todo, presenta un ciclo de vida. A medida que pasan los años esa información va careciendo de valor por sus nuevas mejoras. Así, esta característica hace hincapié en aquella información que para su momento de usarla es beneficiosa.

Orientada al usuario: Cumplir con la necesidad del receptor de información, se presenta el claro ejemplo de que el gerente puede necesitar un informe donde explique de manera detallada las últimas ventas, pero el jefe departamental de ventas debe saber con exactitud todos los detalles para tomar decisiones.

Completa: Una información incompleta jamás conducirá a una correcta toma de decisiones. Por tal motivo, la información debe contener todos los datos importantes que garanticen un adecuado y completo gestiónamiento.

Cumplir con todas las características mencionadas orientan a una información de calidad, que en la actualidad resulta un reto para las organizaciones.

Uso de la información

Es necesario señalar que “El uso de la información, cualquiera que sea, debe hacerse de manera responsable, ya que puede derivar en consecuencias positivas o negativas según su interpretación...” (Morales, 2019).

Su uso no puede manejarse a la ligera, porque su inadecuado tratamiento supone grandes riesgos que pueden conducir a la obtención de efectos no favorables para la organización.

“...la información resulta necesaria para enfrentar los grandes retos que la sociedad de la información trae aparejado” (Manso, 2008, p. 59).

A pesar de la gran demanda de la información en la sociedad actual, su uso no dependerá de la cantidad sino de la calidad que ésta posea.

Difusión de la información

La difusión de información es “el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla” (Cantillo et al., n.d.).

Con base a esta definición, la difusión de la información a de ser difundida por diversos medios (periódico, computadora, radio, entre otros) y de varias formas (verbal, escrita, entre otras).

Dentro del ámbito empresarial, la difusión de la información es un desafío que no todas las organizaciones logran controlarlo. En consecuencia, la información no llega a su destino final o en caso contrario llega a manos de personal no autorizado.

Políticas

Editorial Etecé (2021) puntualiza que las políticas son “El conjunto de decisiones y medidas tomadas por determinados grupos que detentan el poder, en pos de organizar una sociedad o grupo particular”.

Las políticas buscan poner en orden las situaciones, en este contexto, facilitar los procesos que se realizan dentro de las organizaciones. La aplicación de políticas regula los comportamientos de los colaboradores, que trabajan en conjunto para el cumplimiento de los objetivos.

Características de las políticas

Para Lahera (2003) las características de una buena política son las siguientes:

Fundamentación amplia y no sólo específica (¿cuál es la idea? ¿a dónde vamos?), estimación de costos y de alternativas de financiamiento, factores para una evaluación de costo-beneficio social, beneficio social marginal comparado con el de otras políticas (¿qué es prioritario?), consistencia interna y agregada (¿a qué se

agrega? ¿qué inicia?), de apoyos y críticas probables (políticas, corporativas, académicas), oportunidad política, lugar en la secuencia de medidas pertinentes (¿qué es primero?), claridad de objetivos, funcionalidad de los instrumentos, indicadores (costo unitario, economía, eficacia, eficiencia)” (p. 3).

Funciones de las políticas

“La política surgió como una necesidad de los individuos de organizarse en miras a tomar decisiones, cumplir objetivos, llegar a acuerdos y facilitar la vida en sociedad resolviendo conflictos de manera democrática” (Editorial Etecé, 2021).

Tomando como referencia esta definición, se puede percibir que la principal función de las políticas es servir de estructura para prevenir o dirimir acontecimientos que pueden generarse en cualquier situación.

Política Organizacional

Dejando de generalizar, y centrándose únicamente en las políticas en las organizaciones. Euroinnova (n.d.) establece que estas “hacen referencia a un sistema estructurado y deliberado de principios que orientan la toma de decisiones de la empresa y que aspiran a lograr resultados racionales”.

Por otro lado, para Valenzuela (2022) es “un conjunto o un cuerpo de normas que sirven para ordenar y establecer procedimientos de todo tipo que pueden darse en uno o más ámbitos de aplicación”.

Estas políticas son aquellas bases por las cuales la empresa funciona, y que cada uno de los que la conforman deben tener conocimiento, esto porque son ellos quienes trabajan en conjunto para el cumplimiento de estas directrices.

Políticas para la difusión de la información

Son aquellas normas que regulan el adecuado procedimiento de la difusión de información.

Así se tiene la participación de la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a Información Pública (LOTAIP), misma que establece que todas las instituciones del Estado deben difundir su información de manera obligatoria.

La finalidad de estas políticas es principalmente garantizar la difusión de información a nivel general. Por otro lado, existen las políticas internas de las organizaciones, en las cuales se establecen los mecanismos y procesos que deben llevarse a cabo para alcanzar la máxima idoneidad de la información que se dispone.

Componentes de las políticas para la difusión de la información

Para EALDE Business School (2019) una política debe contener los siguientes aspectos:

- Sencillez, vinculada a lo real y al sentido común
- Orden por prioridad
- Posible, realizable
- Trabajo en equipo
- Facilidad de comunicar
- Desarrollo y evolución

La política de difusión de la información dentro de la empresa debe presentar las mismas cualidades, añadiendo los siguientes componentes:

- Mapeo de actores involucrados
- Objetivos de la política

- Líneas estratégicas
- Viabilidad y factibilidad

Fases para diseñar una política para la difusión de la información

Ruiz (2014) expresa que las fases que deben seguirse para diseñar una política son las siguientes:

Fase 1: Análisis del problema:

Se examina y comprende la situación en cuestión, identificando sus causas y efectos para encontrar soluciones adecuadas. Se evalúan factores relevantes y se plantean estrategias para abordarlo de manera eficaz y eficiente.

Fase 2: Análisis de soluciones:

Se evalúan diferentes opciones para resolver el problema identificado. Se examinan sus ventajas, desventajas y viabilidad. Se selecciona la mejor opción y se diseñan estrategias de implementación.

Fase 3: Análisis de factibilidad:

Se determinan los recursos que han de utilizarse para dar solución al problema, además se analiza si la solución es factible y si cumple con los objetivos y requisitos establecidos.

Fase 4: Redacción de política:

Se formulan las directrices y normas que guiarán las acciones de los colaboradores. Se definen objetivos, principios y procedimientos. Se busca claridad y coherencia en la redacción para comunicar eficazmente las intenciones y orientaciones de la política.

Fase 5: Plan de acción:

Se establecen las acciones concretas, los plazos y los responsables para implementar la política que se ha diseñado.

Marco Metodológico

En este capítulo se abordan las consideraciones metodológicas de la investigación, incluyendo la perspectiva metodológica adoptada, métodos, técnicas, instrumentos, procedimientos y recursos aplicados en las distintas etapas del estudio realizado.

Paradigma y tipo de investigación

Es un proyecto de investigación que se sustenta y presenta un paradigma metodológico, por ende, se lo ejecuta considerando su dialéctica, manteniendo su independencia, y sus particularidades.

El tipo de investigación es de alcance: bibliográfico y descriptivo. Presenta un diseño descriptivo debido a que, se midió y recogió información de manera independiente, por lo que la información extraída fue útil para mostrar con precisión lo que se estaba analizando. Martínez (2018) menciona que una investigación de tipo descriptivo es capaz de “describir las características del fenómeno, sujeto o población a estudiar” (p. 1).

A su vez, el tipo de diseño es bibliográfico porque proporcionó una cantidad máxima de información referente al problema estudiado. Arteaga (2020) establece que un diseño bibliográfico “puede definirse como cualquier investigación que requiera la recopilación de información a partir de materiales publicados”.

Enfoque

El presente trabajo se utilizó un enfoque cualitativo presentando un corte hermenéutico, en virtud de que permitió facilitar la perspectiva y comprensión de la información recolectada.

Es conveniente mencionar que, una investigación con enfoque cualitativo, es capaz de explorar y comprender fenómenos complejos y subjetivos. “La investigación cualitativa no estudia la realidad en sí, sino cómo se construye la realidad” (Gallardo, 2017, p. 22).

Técnicas

Las técnicas investigativas empleadas fueron:

La observación directa “Es aquella en la cual el investigador puede observar y recoger datos mediante su propia observación” (Tamayo y Tamayo, 2004, p. 193). Como consecuencia, el uso de esta técnica permitió observar las características referentes al tema del proyecto, en este caso, acerca de la difusión de la información y las políticas que la regulan dentro de COFARVE S.A.

Por otro lado, se utilizó la técnica de la entrevista que se llevó a cabo para obtener perspectivas y experiencias detalladas a través de un conversatorio entre el gerente y la autora.

Instrumentos

Se elaboró una guía de observación con el objetivo de conocer las actividades que realiza la organización para la gestión de la información, los mecanismos que se manejan de manera interna para difundir la información, y las políticas establecidas que sustenten ese accionar.

La guía de observación es “el instrumento que permite al observador situarse de manera sistemática en aquello que realmente es objeto de estudio (...); también es el medio que conduce la recolección y obtención de datos e información de un hecho o fenómeno” (Quezada & Salcedo, 2019, p. 10).

Por otro lado, se empleó una entrevista que es “un instrumento técnico que adopta la forma de un diálogo coloquial” (Díaz, Torruco, Martínez & Varela, 2013, p. 3). Su aplicación brindó la posibilidad de recoger datos reales y opiniones precisas.

Recursos

En la realización de esta tesis, se utilizaron diversos recursos como libros, revistas científicas, bases de datos académicas, herramientas estadísticas, entrevistas, material de campo, acceso a internet, bibliotecas físicas y virtuales, tutorías académicas, y la orientación de expertos y profesores en el área de estudio.

Procedimiento para la búsqueda y procesamiento de los datos

Para realizar la búsqueda de información se realizó una revisión minuciosa de la literatura relevante con respecto a las variables del proyecto. Se establecieron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar los estudios adecuados. También se aplicó una entrevista semiestructurada con 17 preguntas teniendo en consideración las dimensiones y sub-dimensiones del proyecto. Los datos recopilados se analizaron mediante análisis de contenido y técnicas de codificación temática. Se mantuvo la confidencialidad y se siguieron los principios éticos en todo el proceso.

La investigación centró su unidad de análisis en el gerente general. Esto se justifica porque él es el encargado de dar aprobación a todas las acciones que se quieran ejecutar dentro de la empresa.

Análisis e interpretación de los resultados

En este capítulo se examinarán cualitativamente las respuestas obtenidas del participante entrevistado, mediante el análisis e interpretación de los resultados se podrán identificar los aspectos relevantes que relacionan los conceptos teóricos con los datos empíricos de la realidad.

Esta sección proporcionará una visión general de los datos recopilados y sentará las bases para la propuesta, conclusiones y recomendaciones posteriores. Su estructura consiste en: Por cada dimensión y sub-dimensión se plasma la contribución del entrevistado misma que es fundamentada teóricamente y finalmente, se añade la inferencia de la autora.

Dimensión: Características de la calidad de la información

El entrevistado manifestó que dentro de la compañía la información es de calidad y se la maneja de manera excelente, por esta razón no tienen ningún inconveniente ni nada por el estilo. Pocas veces se presentan errores, pero no es a errores de la información sino a veces de formato, sin embargo, afirma que la información es sostenible, se mantiene en el tiempo y en su totalidad es una información legible.

Abrahão y Calero (2022) mencionan que la información sostenible es aquella que “se caracteriza porque suele estar respaldada por datos confiables, ser transparente, accesible y estar orientada hacia la toma de decisiones para lograr un desarrollo organizacional sustentable” (p. 15).

Partiendo de estas premisas, se puede mencionar que la información es de calidad si cumple con los requerimientos de quien la solicita. Dentro del análisis empírico se establece, que la compañía considera que la información de calidad está relacionada con un formato, el cual se genera a partir de las necesidades. Es necesario mencionar que la información es de calidad

cuando cumple los criterios de pertinencia, actualización, oportunidad y está libre de errores para que intervenga en una efectiva toma de decisiones.

También se declaró que no se han establecido los parámetros necesarios que categoricen la información que se genera en sus departamentos. Se menciona que, al ser una empresa privada no están obligados a mostrar ningún tipo de información que no sea la requerida por las autoridades y estamentos competentes y que se rigen únicamente a las normas y leyes establecidas en la Constitución del Ecuador.

La Escuela Europea de Excelencia (2019) establece que la categorización de información es “un proceso en el que la organización evalúa la información que posee y el nivel de protección que cada una requiere”.

La investigadora considera que por medio de la categorización es posible evaluar el tipo de información que se maneja a nivel organizacional. Dentro de la empresa no se ha realizado este proceso para determinar con exactitud cuál es la información que debe y no debe difundirse.

Se conoce que COFARVE S.A. es parte del sector privado y que al momento de definir sus procesos no consideran normas y leyes como: ISO 27001 o LOTAIP, donde se establece la forma en la que una información debería clasificarse, por ende, resulta importante usar estas normativas para construir una base sólida regulatoria.

Dimensión: Difusión de la información

El entrevistado explicó que para difundir la información que se genera de manera interna se la realiza a través del correo institucional, ese es el canal de comunicación que utilizan con más frecuencia para comunicarse entre los colaboradores que realizan sus actividades en las diferentes áreas, la utilización del correo corporativo interno les permite estar en constante comunicación.

Da Silva (2021) expresa que un canal de comunicación interno es “un espacio donde se puede intercambiar información entre equipos, poner las metas al día, alinear las actividades dentro de una empresa y delegar responsabilidades”.

Además, “Se puede definir a la difusión de información como el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla” (Castillo, 2005, p. 1).

La investigadora considera necesario disponer y utilizar un canal que garantice que la información llegue a su destino final, para asegurar su correcta gestión. A su vez, es importante tener en cuenta criterios para que los colaboradores puedan determinar, que la información que llega a sus correos electrónicos es original.

Para ello, la compañía debería tener en cuenta la Ley de Comercio Electrónico y firma electrónica, donde se establecen lineamientos que debe cumplir la información que se difunde, como, por ejemplo: uso de firmas electrónicas y la certificación de la información. Si el correo corporativo es el medio más utilizado dentro de la empresa, será necesario tener en consideración estos aspectos porque este medio es crucial para asegurar una comunicación fluida y en él se podrá realizar un intercambio de información de forma rápida.

Por otro lado, el entrevistado expresa que la empresa posee mecanismos físicos (equipos y personal para dar mantenimiento) e informáticos (políticas, software antivirus, servidores y escáner de vulnerabilidades) para dar protección a la información que se genera y difunde forma interna.

Hefner, Peterson & Crocetti (2021) establecen que la protección de la información es “el proceso de salvaguardar información importante contra corrupción, filtraciones, pérdida o compromiso de los datos”.

Tomando como punto referencial las aportaciones anteriores, sería conveniente el uso de mecanismos para que la empresa asegure la información que manejan y difunden, tanto en términos de su protección como de su resguardo. De esta forma, se podrían evitar problemas que puedan comprometer a la empresa tales como: fugas de información confidencial donde se podría comprometer la seguridad de la empresa y sus clientes, la pérdida de ventaja competitiva si la información cae en manos de competidores y la falta de confianza por parte de los clientes y socios comerciales debido a la falta de protección de datos sensibles.

Dimensión: Políticas direccionadas a la difusión de información

Sub-Dimensión: Políticas

El entrevistado menciona que la compañía posee políticas, reglamentos, normas de diversas índoles para que respalden las actividades que realizan los colaboradores. En estos documentos legales establecen parámetros como las responsabilidades de los trabajadores, las prohibiciones, las sanciones en caso de no actuar acorde lo establecido y las motivaciones.

Un reglamento interno “hace referencia a un conjunto de normas que deben ser cumplidas por todos los que conforman una organización; es decir, se trata de un acuerdo bilateral que señala las obligaciones o estatutos que deben cumplirse dentro de una empresa” (COFIDE, 2020).

La investigadora señala que disponer de estas políticas le da a la empresa las pautas necesarias que deben considerar, antes de llevar a cabo cualquier acción (sea negativa o positiva). Es importante mencionar que, el documento que utilizan para regular sus comportamientos es el titulado “Reglamento Interno de Trabajo Compañía Farmacéutica Vera S.A.” en el cual se expresan de forma específica lo que deben y no deben hacer los colaboradores dentro de la entidad.

Sub-Dimensión: Políticas para la difusión de la información

En la entrevista, el entrevistado mencionó que la compañía no posee ninguna política que haga referencia al análisis de la información. Sin embargo, afirma que cuentan con medidas tecnológicas que están enmarcadas dentro de sus políticas internas. Como por ejemplo las medidas de control de acceso que no es más que el uso de contraseñas.

Una medida de control de acceso “es un sistema electrónico que restringe o permite el acceso de un usuario o grupo de usuarios a un área específica validando la identificación por medio de diferentes tipos de lectura” (Mora, 2016, p. 13).

Se infiere que estas medidas son fundamentales para garantizar la seguridad y calidad de la información dentro de COFARVE S.A.

Dimensión: Fases para el desarrollo de la política de difusión de información

Sub-Dimensión: Fase 1: Análisis del problema

El entrevistado declara que cuando se diseña una política dentro de la compañía se tiene en consideración a quiénes va a afectar y qué áreas están involucradas. Esto se lo realiza, porque hay políticas de procesos que se hacen en conjunto con otras áreas, entonces se necesitan llegar a acuerdos para saber, de forma clara cómo se va a afectar a las diferentes áreas antes de hacer un determinado proceso. Él menciona que, en esta fase es indispensable realizar un análisis de viabilidad para determinar las relaciones entre la nueva política y las ya establecidas.

Como expresa Pérez (2021) el análisis de viabilidad “es un proceso que permite obtener conocimiento para averiguar si realmente el proyecto aportará los beneficios que se esperan de él”.

Con base a la fundamentación teórica, se deduce que el análisis de viabilidad, le permitirá a la empresa conocer qué tan convincente será la política que se va a diseñar. En este apartado, la

investigadora añade que en este análisis se debe estudiar la coincidencia de la nueva política con las ya existentes, esto con la finalidad de poder argumentar jurídicamente el contenido de lo que se va a diseñar.

Sub-Dimensión: Fase 2: Análisis de soluciones

El entrevistado manifestó que siempre que se trabaja en el diseño de una política interna se las enmarca dentro de los valores, la misión y la visión de la compañía y generalmente siempre están dados para ello porque de eso se trata. Expresa que con su labor y las políticas que enmarcan las actividades que se realizan dentro de la compañía se pretende cumplir con lo establecido en la misión.

Lima y Aguilar (2009) las políticas “tienen que ver con las acciones, decisiones y omisiones por parte de los distintos actores involucrados en los asuntos democráticos” (p. 2).

La investigadora contribuye que en todo proceso es necesario cumplir con los elementos constitutivos de la organización porque brindan dirección, coherencia y propósito a las actividades de la empresa, y ayudan a establecer una identidad y cultura empresarial sólidas.

Sub-Dimensión: Fase 3: Análisis de factibilidad

El entrevistado expresa que es difícil medir el comportamiento de los colaboradores después de implementar nuevas políticas mientras no se tenga una metodología o un espacio para poder medirlo, sin embargo, hasta ahora han dado buenos resultados porque las políticas, se socializan con anticipación para que todos los colaboradores de esa área, en lo posible aporten para crearla. Entonces al momento que ya se socializa no es otra cosa que reafirmar lo que con ellos mismos se ha diseñado.

Además, menciona que siempre va a haber un grupo inconforme que no está de acuerdo, pero las políticas se diseñan de acuerdo a las problemáticas que se encuentran, el diagnóstico de

la problemática en virtud de una mejora y que efectivamente, como toda decisión, cualquier decreto, siempre va a generar conmoción tanto negativa como positiva entonces dependerá mucho de qué se aplique y cómo lo tomen los colaboradores.

Meléndez (2020) expresa que el diagnóstico de la problemática es “una etapa importante donde se conoce a fondo la empresa, al cliente, sus debilidades, oportunidades de mejora, prioridades y puntos de partida para buscar una solución afectiva” (p. 1).

Partiendo de estas premisas, se puede afirmar que diagnosticar un problema permite identificar las áreas de mejora, los obstáculos y las deficiencias que afectan el rendimiento de COFARVE S.A. Además, si el diagnóstico es preciso puede proporcionar información clave para implementar soluciones efectivas.

Sub-Dimensión: Fase 4: Redacción de la política

El entrevistado afirma que se trata en gran medida emplear palabras no tan técnicas para que todos puedan entender las políticas que se diseñan dentro de la compañía. Agrega que, en esta fase se ejecuta un análisis de coherencia entre la política que se diseña con el estado organizacional para asegurarse que no haya contradicciones.

El análisis de coherencia es “la relación equilibrada y directa entre los componentes de una organización, generando la maximización de resultados” (García, 2023).

La autora interviene, mencionando que una redacción clara y precisa asegura que la política diseñada evite los malentendidos, lo que contribuye a un adecuado desenvolvimiento de los colaboradores. Para cumplir con esta fase, será indispensable considerar aspectos tales como: claridad, precisión, coherencia, consistencia, especificidad y detalle para facilitar la comprensión de los interesados.

Sub-Dimensión: Fase 5: Plan de acción

El entrevistado manifestó que, las personas apropiadas de revisar el documento y dar paso a la aprobación de la política diseñada son las que laboran dentro del departamento de gerencia general, ellos son los encargados de hacer la revisión final y de dar la aprobación a lo que se diseña o se crea en función de las necesidades organizacionales detectadas.

Para Quiroa (2022) las necesidades organizacionales son “todas las carencias que se deben cubrir para poder alcanzar sus objetivos y mantener su posición dentro del mercado”.

A partir de estos aportes, se establece que el plan de acción es aquel en el que se pueden establecer las estrategias a seguir para poder implementar la política que se ha diseñado. En este caso, el presente proyecto solo se enfoca en el diseño, más no en la implementación y mucho menos la evaluación de la propuesta.

Conclusiones


Una vez que se efectuó el diagnóstico y evaluación de la situación inicial de la empresa en cuanto a la existencia de políticas, normas o procedimientos para la difusión de la información, se logró obtener un panorama claro de las prácticas actuales en COFARVE S.A. Esto permitió identificar las deficiencias en la difusión de la información, lo que a su vez ayudó a desarrollar la propuesta para darle solución al problema observado.

Al realizar la caracterización de los referentes teóricos relacionados con las políticas en las organizaciones y la difusión de la información, se pudo contar con un marco de conocimiento que sirvió como base fundamentada para el diseño de la propuesta. Este objetivo permitió comprender los enfoques y mejores prácticas en este ámbito, así como identificar los factores clave que influyen en la difusión de la información dentro de las empresas.

Luego de analizar y delimitar los componentes necesarios para el desarrollo de una política de difusión de la información, se pudo establecer una estructura clara y coherente que sirvió como guía para la gestión previa a la realización de la propuesta. Además, son fundamentales para garantizar que la política de difusión de información sea efectiva y se ajuste a las necesidades y características de la empresa.

Después de establecer los parámetros necesarios para diseñar la política, se logró definir aspectos principales que con la finalidad de que esta propuesta metodológica promueva la transparencia, la consistencia y la eficiencia en la difusión de la información dentro de COFARVE S.A.

Propuesta

	Área:		Gerencia	
	Tipo de documento:		Política	
	Código:		COFARVE-POL-DI-01	
<h1>Política de Difusión de la Información Interna</h1>				
Elaborado por:	Elaborado por:	Revisado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Fecha:	Fecha:	Fecha:	Fecha:	Fecha:
Firma:	Firma:	Firma:	Firma:	Firma:

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Objetivo del documento

Establecer los lineamientos y disposiciones para gestionar adecuadamente la difusión de la información interna en COFARVE S.A., con el fin de garantizar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información la cual forma parte sustancial de los procesos que gestiona la compañía.

1.2. Ámbito de aplicación

Las regulaciones de la presente política son de carácter obligatorio y se aplicarán a todas las personas relacionadas con la compañía, que trabajen o brinden servicios bajo cualquier modalidad, y que, durante el desempeño de sus actividades, tengan acceso a la información, tales como:

- Gerentes
- Jefes departamentales
- Supervisores
- Colaboradores

1.3. Principios que rigen la política

Empoderamiento: permite que los colaboradores tengan la confianza y la seguridad en sí mismos potenciando sus capacidades dentro de la compañía.

Compromiso: hace referencia al grado de involucramiento emocional e intelectual de los colaboradores con la compañía.

Integridad: promueve el comportamiento ético de los colaboradores.

Iniciativa: estimula la participación de todos los que forman parte de la compañía.

Trabajo colaborativo: genera proactividad entre colaboradores con la finalidad de dar cumplimiento a los objetivos planteados.

Calidez de servicio: garantiza espacios de amabilidad y empatía con los usuarios.

1.4. Normativa relacionada

- Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía Farmacéutica Vera S.A., aprobado por el Ministerio de Trabajo, 2018.

- Código de Trabajo-Ecuador
- Ley de Protección de Datos Personales, 2021.
- Libro Blanco de la Sociedad de la Información y del Conocimiento, 2018.
- Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, 2004.
- Ley de Comercio Electrónico y firma electrónica, 2002.
- NTE INEN-ISO/EC 27000, 2016.

2. ABREVIATURAS Y DEFINICIONES

Categorización	Proceso de clasificar objetos, ideas o conceptos en grupos o categorías según sus características o propiedades compartidas.
Colaboradores	Miembros del equipo que trabajan juntos para lograr los objetivos de la organización, aportando sus habilidades y esfuerzos en distintas áreas o roles asignados.
Lineamientos	Pautas, directrices o instrucciones establecidas por una entidad para orientar o regular la forma en que se deben realizar ciertas actividades, procesos o decisiones de manera consistente y coherente.
Políticas	Son reglas o principios establecidos por una organización para guiar y dirigir las acciones y decisiones de sus miembros.
NTE INEN-ISO	Norma Técnica Ecuatoriana- Servicio Ecuatoriano de Normalización- International Organization for Standardization.
Sanciones	Son medidas punitivas impuestas como consecuencia de una infracción o violación de políticas establecidas.

3. CONTENIDO

3.1. Responsabilidades

1	<p>La Gerencia es la encargada de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprobar la presente política e intervenir en las posibles y futuras modificaciones.
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Categorizar la información que se difunde de forma interna. • Deliberar la ejecución, implementación y evaluación de la política.
2	<p>Talento Humano es el encargado de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asegurar la difusión de la política a los demás departamentos de la compañía. • Atender las solicitudes y aclarar las dudas que puedan surgir de los colaboradores.
3	<p>El departamento de Sistemas es responsable de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer y ejecutar los canales de difusión apropiados. • Otorgar permisos de acceso a los sistemas y aplicaciones.
4	<p>Los encargados de realizar las auditorías internas son los responsables de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar periódicamente el impacto de la presente política para determinar su funcionamiento.
5	<p>Todas las personas que tengan acceso a la información que se genera de forma interna y que debe ser difundida son responsables de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar cumplimiento a la presente política • Garantizar la protección de la información que se difunde (dependiendo su categorización).

3.2. Categorización y difusión de la Información

1	<p>Los colaboradores deben identificar la categorización de la información, con el propósito de que aquella que posea un nivel de protección confidencial no sea difundida y se tomen las medidas correspondientes ante su tratamiento.</p> <p>La categorización de la información comprende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Información pública. • Información confidencial. • Información restringida • Información de uso interno.
2	<p>La información pública abarca a toda aquella información que puede ser compartida con el público en general, como clientes, socios comerciales e</p>

	<p>inversores. (Información financiera, información sobre colaboradores, información sobre productos o servicios).</p> <p>Su difusión ha de llevarse a cabo por medio de redes sociales, boletines informativos y conferencias de prensa.</p>
3	<p>La información confidencial solo puede ser compartida con los colaboradores autorizados que tengan una necesidad legítima de acceder a ella. (Información financiera confidencial, información de propiedad intelectual, información de clientes y colaboradores (Datos personales)).</p> <p>Su difusión debe gestionarse de forma cuidadosa por medio del intranet que dispone la compañía, por ende, será necesaria la aplicación de medidas de seguridad para protegerla de accesos no autorizados.</p> <p>El colaborador que posea permiso a información confidencial deberá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponer una contraseña (de nivel fuerte) para acceder a la información. • Asistir a las capacitaciones donde se explique la importancia de la información confidencial y las posibles consecuencias ante su mal gestionamiento. • Conocer que cada que acceda a este tipo de información será supervisado por el personal delegado ante dicha actividad.
4	<p>La información restringida requiere un tratamiento cauteloso porque es aquella que está sujeta a regulaciones legales o acuerdos de confidencialidad. (Información estratégica, Información de fusiones y adquisiciones, información de seguridad).</p> <p>Su difusión debe llevarse a cabo mediante canales de comunicación y almacenamientos seguros que estén aprobados por la empresa, además se establece obligatoriamente, que debe ser tratada solo por los colaboradores que necesiten conocer esta información para desempeñar sus funciones laborales.</p>
5	<p>La información de uso interno implica compartir información relevante con los colaboradores dentro de la compañía. (Informes de gestión, Documentos y manuales internos).</p>

	Su difusión se llevará a cabo mediante correos electrónicos internos, plataformas de colaboración, boletines internos, reuniones de trabajo o cualquier otro medio que se ajuste a la estructura y cultura de la compañía.
--	--

1	Todos los colaboradores deben tener acceso a la información que les permita desarrollar sus actividades laborales y están comprometidos con su adecuada gestión.
2	Cada jefe departamental es corresponsable del buen uso que sus colaboradores a cargo puedan darle a la información a la que van a acceder.
3	Todos los que formen parte de la compañía tienen la obligación de no difundir información categorizada como confidencial o restringida. En el caso de que esto ocurra, el colaborador pone en manifiesto su estadía en la compañía y la Gerencia debe tomar medidas ante el incumplimiento, dependiendo la magnitud de la falta.
4	Cuando se comparta información confidencial o restringida con el personal de la empresa (no autorizados) debido a razones laborales, es responsabilidad del colaborador informar sobre la naturaleza confidencial de dicha información, comunicar las restricciones relacionadas con su divulgación y avisarle inmediatamente a la jefa departamental de talento humano lo que ha ocurrido.
5	La compañía debe contar con personas designadas para difundir la información a los grupos relevantes.
6	Una vez que se haya evaluado la calidad de la información, su difusión se deberá realizar de forma inmediata y se deberá corroborar que ha llegado al destino correcto.
7	En el caso de que se difunda información sobre la compañía en los medios, sin haber sido divulgada oficialmente, los jefes departamentales junto con el gerente analizarán dicha información para verificar su veracidad y tomará las medidas necesarias para confirmarla o desmentirla, según corresponda.
8	Cualquier información nueva debe ser consultada con el departamento correspondiente antes de ser divulgada.

3.3. Difusión de la presente política

1	La compañía debe establecer procedimientos para asegurar que los colaboradores que tengan acceso a la información interna estén familiarizados con las regulaciones pertinentes establecidas en la presente política.
2	La presente política, además de ser socializada con los colaboradores, debe estar en formato físico en el departamento de Talento Humano.
3	La compañía debe diseñar un acta de Compromiso de Confidencialidad para Declaración de Conocimiento y Aceptación de la Política por parte de sus colaboradores.

3.4. Incumplimientos y Sanciones

1	El departamento de Talento Humano es el encargado de realizar evaluaciones que aseguren el cumplimiento de la presente política, en el caso de incumplir el encargado de tomar una decisión es el departamento de Gerencia, teniendo en consideración el CAPÍTULO XVII, titulado “Del Régimen Disciplinario” dentro del Reglamento Interno de la Compañía.
2	El que premeditadamente difunda información falsa de carácter interno para obtener un beneficio o evitar un perjuicio propio o de un tercero, será reprimido según el art. 172 del Código de Trabajo (incumplimiento del inciso 2).
3	Los colaboradores que infrinjan la presente política quedarán sujetos a las disposiciones disciplinarias y sanciones que el Reglamento Interno de la Compañía y el Código de Trabajo establezcan.

Bibliografía

- Abrahão, S., & Calero, C. (2022). *Calidad y sostenibilidad de sistemas de información en la práctica*. Ra-Ma Editorial.
https://books.google.com.ec/books?id=E864EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Calidad+y+sostenibilidad+de+sistemas+de+informaci%C3%B3n+en+la+pr%C3%A1ctica&hl=es&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Aguilar, C., & Lima, M. (2009). *¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?* https://proxse16.univalle.edu.co/~secretariageneral/consejo-academico/temasdediscusion/2014/Documentos_de_interes_general/Lecturas_politica_publica/Que%20son%20y%20para%20que%20sirven%20las%20politicas%20publicas_Aguilar.pdf
- Arteaga, G. (2020). *Investigación bibliográfica - Cómo llevar a cabo una* - TestSiteForMe.
<https://www.testsiteforme.com/investigacion-bibliografica/>
- Blanco, J., Herrera, C., & Blanco, C. (2007). *CALIDAD PERCIBIDA: FACTOR CLAVE EN LA SATISFACCIÓN Y LEALTAD DEL CONSUMIDOR DE ACEITE DE OLIVA CON DOP*. Dialnet. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2486872.pdf>
- Calvo, L. (2023). *¿Qué es una intranet corporativa y cómo funciona?* *Blog*.
<https://es.godaddy.com/blog/que-es-intranet-corporativa/>
- Cámara de Comercio Colombo Americana. (2020). *Secretos Empresariales e Información Confidencial en tiempos del Covid-19*. hklaw. <https://www.hklaw.com/-/media/files/events/2020/05/amcham--presentacin-secretos-empresariales-e-informacin-confidencial.pdf?la=he>

- Cambridge International Examinations. (2017). *Cambridge International AS & A Level Information Technology Topic 1.1 Data, information and knowledge*. Cambridge International Education. Retrieved January 18, 2023, from <https://www.cambridgeinternational.org/images/285017-data-information-and-knowledge.pdf>
- Cantillo, G., Palmera, R., & Román, I. (n.d.). *Difusión de la Información*. Actiweb. Retrieved January 19, 2023, from <https://actiweb.one/ipgcrp/pagina5.html>
- Casanovas, A. (2013). *Gestión de políticas de empresa*. assets.kpmg. https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2016/12/Cuadernos_Legales_N5.pdf
- Castillo, L. (2005). *Difusión de la información*. Microsoft Word. <https://www.uv.es/macass/T6.pdf>
- CEPAL. (2020). *Biblioguias: Gestión de datos de investigación: formatos abiertos y cerrados*. Biblioteca de la CEPAL. <https://biblioguias.cepal.org/gestion-de-datos-de-investigacion/formatos>
- COFIDE. (2022). *Reglamento interno de trabajo: qué es y cómo elaborar uno*. Cofide. <https://www.cofide.mx/blog/reglamento-interno-de-trabajo>
- Coomeva, C. (2022). Política organizacional: ¿qué es y para qué sirve? *Blog Coomeva*. <https://blog.comeva.com.co/post/politica-organizacional-que-es-y-para-que-sirve/197>
- Chiavenato, I. (1999). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. IDALBERTO CHIAVENATO*. Retrieved January 18, 2023, from [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos\(%20lect%20\)%20CHIAVENATO.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MAES/MAES-08/UNIDADES-APRENDIZAJE/Administracion%20de%20los%20recursos%20humanos(%20lect%20)%20CHIAVENATO.pdf)

- Choquesillo, F. (2012). *DESARROLLO E IMPLEMENTACION DE UN PORTAL WEB COMO ALTERNATIVA DE SOLUCION PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO DEL CEMENTERIO GENERAL*. repositorio.autonmadeica.
<http://repositorio.autonmadeica.edu.pe/bitstream/autonmadeica/45/3/FREDY%20ALDO%20CHOQUESILLO%20SANCHEZ%20%20-%20DESARROLLO%20E%20IMPLEMENTACION%20DE%20UN%20PORTAL%20WEB.pdf>
- Da Silva, D. (2021). Canales de comunicación interna: ventajas + tips para elegir el mejor. *Zendesk MX*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/canales-de-comunicacion-interna/>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Dutka, A. (2001). *Manual de AMA para la satisfacción del cliente*. Google Books.
https://books.google.com.ec/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&dq=pedir+prestado+c%C3%B3mo+medir+la+satisfacci%C3%B3n+del+cliente&hl=es&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- EALDE Business School. (2019). *Características y objetivos de la Política de Empresa*. EALDE Business School. Retrieved January 19, 2023, from <https://www.ealde.es/caracteristicas-objetivos-politica-de-empresa/>
- Editorial Etecé. (2021). *Política*. Concepto. Retrieved January 19, 2023, from <https://concepto.de/politica/>
- Elam, E., & Peterson, G. (2021). Evidencias de observación objetiva versus subjetiva. *LibreTexts Español*.

[https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Educacion_de_la_Primer_Infancia/Libro%3A_Observacion_y_evaluacion_en_la_educacion_de_la_primera_infancia__\(Peterson_y_Elam\)/01%3A_Observation_and_Documentation_-_The_Key_to_Intentional_Teaching/1.06%3A_Objective_versus_Subjective_Observation_Evidence](https://espanol.libretexts.org/Ciencias_Sociales/Educacion_de_la_Primer_Infancia/Libro%3A_Observacion_y_evaluacion_en_la_educacion_de_la_primera_infancia__(Peterson_y_Elam)/01%3A_Observation_and_Documentation_-_The_Key_to_Intentional_Teaching/1.06%3A_Objective_versus_Subjective_Observation_Evidence)

Escuela Europea de Excelencia. (2019). *Clasificación de la información según ISO 27001*.

<https://www.escuelaeuropeaexcelencia.com/2019/08/clasificacion-de-la-informacion-segun-iso-27001/>

Euroinnova. (n.d.). *QUE ES UNA POLÍTICA EMPRESARIAL* | Web Oficial EUROINNOVA.

Euroinnova Business School. Retrieved January 19, 2023, from

<https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-una-politica-empresarial>

Evia, M. (2012). *¿Sabes qué son y para qué sirven las directrices para empresas*

multinacionales de la OCDE? ExpokNews. <https://www.expoknews.com/que-son-las-directrices-para-empresas-multinacionales-de-la-ocde/>

García, D. (2023). *COMUNICACIÓN Y COHERENCIA ORGANIZACIONAL*. LinkedIn.

<https://es.linkedin.com/pulse/comunicacion-y-coherencia-organizacional-diego-garcia-garza>

Gallardo, E. (2017). *Metodología de la Investigación*. Repositorio continental.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf

Gómez, F. (2016). *La comunicación*.

http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-71382016000300002

- González Molina, P. (2018). *Documentación y difusión de información ambiental*: UF0734..
Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/ulead/105975?page=1>
- Guevara, L. (2008). *La comunicación interna*. CIESPAL.
<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49492.pdf>
- Hefner, K., Peterson, S., & Crocetti, P. (2021). Protección de datos. *ComputerWeekly.es*.
<https://www.computerweekly.com/es/definicion/Proteccion-de-datos>
- Herrero, P., Becker, R., Ceballos, J., Martínez, F., & Oneto, F. (2013). *Pautas para la legibilidad de la información*. Centro de Investigación y Desarrollo En Diseño Industrial.
<https://www.inti.gob.ar/publicaciones/descargac/126>
- IBM. (2021). *IBM Documentation*. IBM MQ. <https://www.ibm.com/docs/es/ibm-mq/7.5?topic=ssfsj-7-5-0-com-ibm-mq-sec-doc-q009730--htm>
- Indeed. (2023). Qué es un departamento de Comunicación y cuáles son sus funciones. *indeed.com España*. <https://es.indeed.com/orientacion-laboral/desarrollo-profesional/que-es-departamento-comunicacion-funciones>
- Kendall. (1997). *Analisis Y Diseno De Sistemas*. Prentice Hall & IBD.
https://books.google.com.ec/books?id=vTu8G8nvIH8C&newbks=1&newbks_redir=0&dq=requiremientos+de+usuarios&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Lahera, E. (2003). *Economía política de las políticas públicas*. SciELO, (núm. 538), p.3.
<https://www.scielo.org.mx/pdf/eunam/v1n2/v1n2a4.pdf>
- Manso, R. (2008). *Referencia Virtual: un enfoque desde las dimensiones asociadas a la gestión de información*. Ciencias de la Información, vol. 39(núm. 2), p. 59.
<https://www.redalyc.org/pdf/1814/181421632006.pdf>

- Markov, K. (2022). *Quality of Information*. Proceeding.
<https://doi.org/10.3390/proceedings2022081118>
- Martínez, C. (2018). *Investigación Descriptiva: Tipos y Características*. jimcontent.
<https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548087569/name/Investigaci%C3%B3n%20Descriptiva.pdf>
- Meléndez, J. (2020). *Diagnóstico de problemáticas*. Scribd.
<https://www.scribd.com/document/451470119/DIAGNOSTICO-DE-PROBLEMATICAS#>
- Ministerio del Trabajo. (2021). *Nuevas Modalidades Contractuales*. trabajo.gob.ec.
https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/04/ModalidadesContractuales_V3-.pdf
- Mora, A. (2016). *GESTIÓN DE LA PREVENCIÓN. CONTROL DE ACCESOS*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA.
<https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5636/tfm-mor-ges.pdf?sequence=3>
- Morales, A. (2019). *¿Qué es la información? Para qué sirve, tipos de información, información en informática*. Toda Materia. Retrieved January 19, 2023, from
<https://www.todamateria.com/informacion/>
- Musiño, C. M. (2010). *El valor de la información, su administración y alcance en las organizaciones*. Rclis.org.
<http://eprints.rclis.org/16211/1/Elvalordelainformaci%C3%B3n.pdf>
- Palacio, M., & Gaviria, J. (2021). *Las medidas tecnológicas de protección: La implementación del Perú*. SciELO. <https://doi.org/10.7764/r.473.4>

- PayRetailers. (2022). *¿Qué son los sistemas de procesamiento de transacciones?* PayRetailers. <https://payretailers.com/es/latam/sistema-procesamiento-transacciones/>
- Pérez, A. (2022). *Estudio de viabilidad de un proyecto: estructura e importancia*. OBS Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-de-viabilidad-de-un-proyecto-estructura-e-importancia>
- Pérez, C. (2000). *Cambio de paradigma y rol de la tecnología en el desarrollo*. Foro MCT. https://www.flascoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1281629896.carlotaperez_cambio_de_paradigma_y_rol_de_la_tecnologia_en_el_desarrollo_.pdf
- Portal Único de Trámites Ciudadanos. (2005). *Código de Trabajo | Ecuador - Guía Oficial de Trámites y servicios*. Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. <https://www.gob.ec/regulaciones/codigo-trabajo#:~:text=El%20C%C3%B3digo%20de%20Trabajo%2C%20regula,modalidades%20y%20condiciones%20de%20trabajo.>
- PowerData. (2016). *Características necesarias para una buena calidad de la información. Gestión de Datos*. Retrieved January 19, 2023, from <https://blog.powerdata.es/el-valor-de-la-gestion-de-datos/caracteristicas-necesarias-para-una-buena-calidad-de-la-informacion>
- Quezada, M., & Salcedo, M. (2019). *Desarrollo de instrumentos de evaluación: pautas de observación*. inee. <https://www.inee.edu.mx/wp-content/uploads/2019/08/P2A356.pdf>
- Quiroa, M. (2022). Necesidades de una empresa. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/necesidades-de-la-empresa.html#:~:text=Las%20necesidades%20de%20una%20empresa,toda%20empresa%20es%20obtener%20utilidades.>

- Reyes, A. (2016). *Condiciones laborales y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas*. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/1083/reyes_oa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ruiz, C. (2014). *Manual para la elaboración de políticas públicas*. Medigraphic.com. <https://www.medigraphic.com/pdfs/infodir/ifd-2013/ifd1316n.pdf>
- Rus, E. (2020). *Investigación mixta - Qué es, definición y concepto* | 2023. Economipedia. Retrieved January 20, 2023, from <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-mixta.html>
- Sarzosa, M. (2011). *Estrategias de Comunicación Interna para la Difusión de Información Institucional en Tecna del Ecuador*. Repositorio.uisek. <https://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/131/3/Estrategias%20de%20comunicaci%c3%b3n%20interna%20para%20la%20difusi%c3%b3n%20de%20informaci%c3%b3n.pdf>
- Tamayo y Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica (reimpresión ed.)*. Limusa. https://books.google.com.ec/books?id=BhymmEqkkJwC&dq=EL+PROCESO+DE+LA+INVESTIGACION+CIENTIFICA&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Unir, V. (2021). *¿Qué es el clima laboral u organizacional y cómo fomentarlo?* Universidad Virtual. / UNIR Ecuador - Maestrías y Grados virtuales. <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/clima-laboral-organizacional/>
- Valenzuela, F. (2022). *Cinco políticas de empresa clave en 2021*. Factorial. Retrieved January 19, 2023, from <https://factorialhr.es/blog/politicas-empresa/>

- Vera, J. (2011). “*SISTEMA DE COMUNICACIÓN DE INFORMACIÓN EN LA CARRERA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DEL SUR DE MANABÍ.*” Repositorio.unesum.
<https://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/2948/1/TESIS%20DE%20JOE%20AL%20EXANDER%20VERA%20SOLEDISPA.pdf>
- Vera, L. (2010). *Formación Continuada y varias voces del profesorado de educación infantil de Blumenau: Una propuesta desde dentro.* Universidad de Barcelona.
https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/41493/6/05.VLS_ANALISIS_Y_TRATAMIENTO_INFORMACION.pdf
- Yoguel, G., Novick, M., Milesi, D., Roitter, S., & Borello, J. (2004). *Información y conocimiento: la difusión de las tecnologías de información y comunicación en la industria manufacturera argentina.* Revista de la CEPAL.
https://biblioteca.hegoa.ehu.eus/downloads/14359/%2Fsystem%2Fpdf%2F2254%2FInformacion_y_Conocimiento._La_Difusion_de_las_TICS.pdf

Anexos

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Políticas para el uso y difusión de la información interna y sus mecanismos de comunicación

Propósito de la Observación: Conocer las actividades que realiza la organización para la gestión de la información, los mecanismos que se manejan de manera interna para difundir la información, y las políticas establecidas que sustenten ese accionar.

Fecha: 09 de noviembre de 2022

Horario de la observación: 10:00 a.m.

Datos de la empresa:

Nombre de la empresa : Compañía Farmacéutica Vera-COFARVE S.A.

Estructura jurídica de la empresa : Sociedad con personería jurídica. Obligado a llevar contabilidad.

Actividad económica de la empresa : Venta al por menor de productos farmacéuticos en establecimientos especializados

a.- Mecanismos de comunicación.

Indicadores:	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Existe buena relación comunicacional entre gerente y colaboradores		X		Se asegura que una de sus ventajas competitivas internas es la excelente comunicación entre los miembros de la organización.
2. Se fomenta la retroalimentación para el mejor desempeño de los trabajadores		X		Cada trabajador pide retroalimentación al jefe del departamento donde se desenvuelve, exceptuando casos especiales, donde el jefe departamental tiene que preguntarle de manera directa al gerente, a través del mecanismo que usan.

3. Qué mecanismos usan con más frecuencia para fomentar la retroalimentación en el grupo: Talleres				Se usan ambos mecanismos dependiendo la situación. Las opiniones personales cuando la retroalimentación se realiza de trabajador a jefe de área. Por otro lado se llevan a cabo las reuniones cuando la retroalimentación es de gerente hacia colaboradores.
Mesas de trabajo				
Opiniones personales		X		
Reuniones		X		
Entrevistas				
Otras vías formales de intercambio de información. Cuáles				
4. Qué medios utilizan con más frecuencia para comunicar información indirectamente: Por teléfono				Utilizan la plataforma Outlook para comunicar formalmente alguna información. En el caso de los otros mecanismos no poseen una revista interna, boletines, blog. En sus redes sociales exponen únicamente información de sus eventos y poseen un portal web pero no se han actualizado los contenidos.
Revista interna				
Vía e-mail		X		
Boletines				
Redes sociales				
Blog				
Portal web				

b. Uso de base de datos.

Indicadores	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Manejan bases de datos		X		Sí, en todos los departamentos se manejan bases de datos respecto a la información que les corresponde.
2. Tiene conocimiento sobre el tamaño de las bases de datos que manejan con frecuencia		X		El tamaño varía dependiendo la información y el departamento, por ejemplo, el departamento de contabilidad es el que maneja las bases de datos más grandes porque registran las compras y ventas que se realizan en la compañía.
3. Cuentan con el apoyo de un programa que maneje sus bases de datos y les garantice total seguridad			X	No, las bases de datos se manejan en Excel y este no garantiza total seguridad porque ya en varias ocasiones los departamentos han perdido información.
4. La empresa cuenta con un profesional especializado para el manejo de las bases de datos			X	Los colaboradores se hacen cargo del manejo de esa información, si le corresponde.
5. Todos los colaboradores tienen acceso a la información que se maneja dentro de las bases de datos			X	Las únicas personas que tienen acceso a la base de datos es la persona encargada y el gerente.
6.- A nivel general, se cuenta con conocimientos en seguridad informática a nivel de servidores y bases de datos		X		Se capacita al personal para que usen el servidor y las bases de datos de la manera correcta, en el caso de que la capacitación no haya sido suficiente, se puede pedir retroalimentación de manera informal al departamento de operaciones. (Por teléfono)

c. Uso de manuales para el manejo de información

Indicadores	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Existe una gestión ordenada, prudente y transparente, acorde con la integridad de la información que se maneja		X		Sí, los colaboradores siempre han sido comprometidos en la realización de sus actividades.
2. Se cuenta con manuales para el manejo de información dentro de cada proceso que se realiza			X	No se cuenta con ese tipo de manuales.
3. Los Involucrados tienen conocimientos sobre el deber de confidencialidad de la información y de la prohibición de su uso, así como de las sanciones derivadas de su incumplimiento		X		Cada colaborador, en su proceso de contratación tiene que leer los términos que se manejan dentro de la empresa y por eso se asegura que ellos tienen conocimiento sobre eso.

d. La difusión de la información.

Indicadores	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Identifica la seguridad y el riesgo al difundir la información a terceros		X		Siempre están en constante alerta por las consecuencias de una incorrecta difusión de información.
2.Cuál es el procedimiento que sigue ante amenazas de peligro con la información			X	No, la compañía no se ha visto en la necesidad de diseñar un procedimiento ante este tipo de situaciones.
3. Se garantiza que la información difundida llegue a todos los colaboradores		X		Efectivamente, si es un información que el gerente quiere compartir con todos sus colaboradores la jefa del departamento de talento humano se asegura de hacer conocer esa información.
4. Existe alguna política, manual, proceso o código que establezca la manera correcta de difundir información			X	No, no se posee con ese recurso actualmente.

5. La difusión de la información se realiza de manera pertinente.		X		A pesar de no tener una política, siempre se ha realizado la difusión de la información de forma pertinente de forma interna o de usuarios internos a externos. En pocas ocasiones se ha tenido quejas sobre aquello.
---	--	---	--	---

e. Manejo de información de inventarios

Indicadores	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Dentro de la organización existe un sistema informático que gestione los inventarios		X		Sí, la compañía compró un sistema informático llamado "Neptuno", dentro de este sistema se pueden gestionar los inventarios.
2. Con qué frecuencia la empresa ejecuta el control de los inventarios		X		Se ejecutan de manera mensual, los departamentos tienen que cumplir con la entrega de sus inventarios a lo que culmina el mes.
3. Conocen el manual de procedimiento del sistema informático para la administración de farmacias que posee la organización		X		Existe un manual pero solo lo conoce el jefe del departamento de sistemas, el asistente técnico de la compañía y el proveedor.
4. Existen límites en el acceso a los módulos dentro del sistema informático para los usuarios		X		Sí, aunque cada persona con su usuario y contraseña puede acceder al sistema, los módulos varían dependiendo del departamento en el que opere.

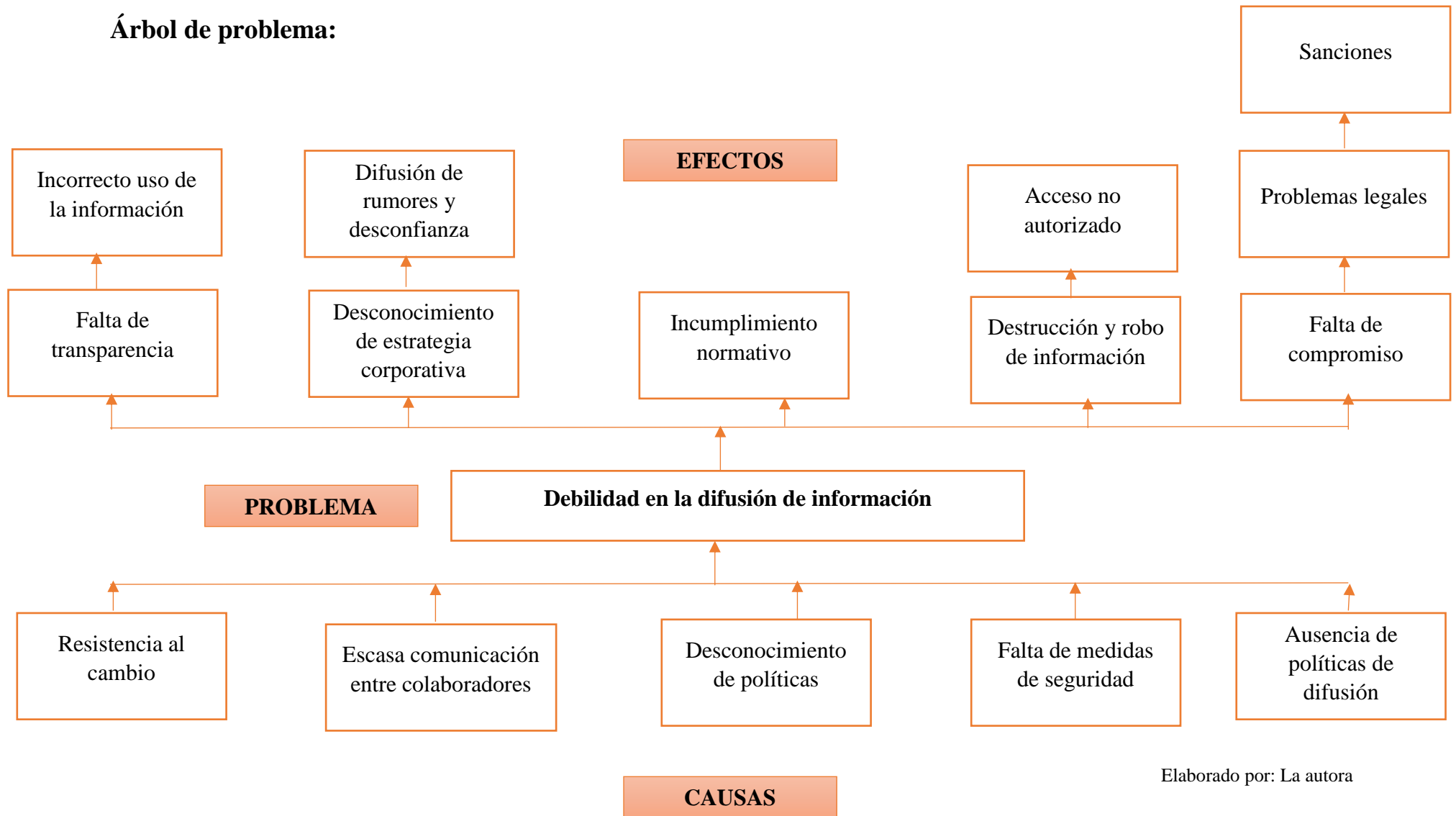
d. Normativas institucionales (A nivel general)

Indicadores	No aplica	Si	No	Registro de lo observado
1. Poseen alguna normativa que regule su sistema informático		X		Cuando se contrató el uso del sistema, este vino con su manual, sus políticas de uso y se supone que ahí está expuesto de manera

				explícita toso lo que involucra el sistema. El término “se supone” se usa porque ese contrato lo tiene el jefe del departamento de sistemas y el gerente. (información a la que no se puedo acceder).
2. Existe una norma de confidencialidad que asegure que la información de la empresa no será divulgada		X		Sí, al ser una empresa privada es necesario que los colaboradores se vean comprometidos en la no divulgación de la información que se maneja dentro, esta norma de confidencialidad les asegura el comportamiento ético de su personal.
3. Tienen algún decreto donde se establezcan las sanciones por incumplimiento		X		Efectivamente, el departamento de talento humano se encarga de darlas a conocer a sus colaboradores.
4. Existe alguna política para la difusión de la información			X	No, no se cuenta con una política que les ayude a difundir la información entre sus trabajadores internos y externos.
5. Tienen algún reglamento para el uso racional de los medicamentos		X		Sí, esto se lo establece de acuerdo al reglamento del ministerio de salud pública, así que como compañía ellos tratan de garantizar la calidad de la medicina que se distribuye de manera responsable.

Elaborado por: La autora

Árbol de problema:



Elaborado por: La autora

Guía de entrevista para evaluar la difusión de la información y las políticas internas dirigida al gerente general

Hora de la entrevista:

Presentación

El objetivo de esta entrevista es recopilar información que sirva como insumo para diseñar una política que propicie el mejoramiento de la difusión de información interna en la Compañía COFARVE S.A. La información que se obtenga ayudará a reconocer aspectos relevantes con respecto al campo y objeto de estudio. Sus datos personales no serán expuestos y solo se usará la información de carácter demográfico para dar a conocer el contexto de los participantes.

Instrucciones

Para esta entrevista se le planteará preguntas que usted podrá responder de manera libre, y bajo su experiencia. Los resultados serán manejados bajo un contexto únicamente académico.

Edad:	
Cuál es su función/ cargo:	
Años de experiencia laboral dentro y fuera de la empresa:	
Formación profesional:	
Área de trabajo:	

Características de la calidad de la información

1. ¿Cree que la información que se maneja en la organización es oportuna, pertinente, libre de errores y actualizada?
2. Desde su experiencia ¿Existe dificultad en los sistemas de información para generar información de calidad?
3. ¿Dentro de la organización tienen algún mecanismo para clasificar la información? ¿Se la categoriza? (acceso público, restringido, interno, confidencial).

Difusión de la información

4. ¿Cuál es el proceso que se lleva a cabo para difundir la información interna y externa de la organización? ¿Considera que se maneja bien este proceso?
5. En COFARVE ¿Cuáles son los mecanismos que se adoptan para la difusión, protección y seguridad de los datos?
6. ¿Quiénes son los responsables de realizar el proceso de difusión de información?

Políticas direccionadas a la difusión de información

Políticas

7. ¿En COFARVE tienen políticas formalmente planteadas?

Políticas para la difusión de la información

8. ¿Poseen alguna política que haga referencia al tratamiento de la información? (Creación, accesos, organización, tratamiento, difusión y uso de información)
9. ¿Qué medidas adopta la empresa para evitar la divulgación y filtración de información confidencial?

Fases para el desarrollo de la política de difusión de información

Fase 1: Análisis del problema

10. Desde su experiencia, al momento de diseñar una política ¿se identifica el problema, quiénes son los afectados y dónde se genera el problema?
11. Al plantearse el diseño de una nueva política en la Compañía ¿Se consideran las ya existentes dentro de COFARVE?

Fase 2: Análisis de soluciones

12. Cuando se plantea una política ¿ustedes consideran la intervención de actores y toman en cuenta sus puntos de vista o sus aportaciones?
13. Al momento de diseñar la política, ¿son considerados los elementos constitutivos de la organización? (misión, visión, valores, objetivos).

Fase 3: Análisis de factibilidad

14. ¿Ustedes han implementado políticas anteriormente? ¿Usted me puede decir cuáles son los cambios que han notado en el personal al momento de adoptar estas nuevas políticas? Se adaptan o presentan rechazos, ¿Cuál es el comportamiento que se genera?

Fase 4: Redacción de la política

15. ¿Las políticas son redactadas con un lenguaje claro y preciso para que los colaboradores puedan entenderlas?
16. Para el planteamiento de políticas dentro de COFARVE, ¿Se consideran las normativas existentes a nivel nacional, que manejan aspectos relacionados con la acceso y difusión de la información?

Fase 5: Plan de acción

17. Una vez diseñada la política para la difusión de la información interna ¿quiénes considera que deben ser las personas apropiadas de revisar el documento y dar paso a la aprobación de la misma?

Transcripción de entrevista

Preguntas	Análisis empírico	Análisis conceptual	Aporte crítico personal
<p>1. ¿Cree que la información que se maneja en la organización es oportuna, pertinente, libre de errores y actualizada?</p>	<p>Desde mi punto de vista y del trabajo que realizo, técnicamente sí.</p>		
<p>1.1. ¿Pero ha habido casos en los que algún tipo de información ha presentado, por ejemplo, errores?</p>	<p>A ver, mi área en sistema se encarga de la administración de toda la información y la data que se administra en esta Compañía, entonces como tal nosotros emitimos o elaboramos plataformas, archivos, apps y programas acoplados a la necesidad del usuario interno, por ejemplo, si talento humano me pide un reporte de las marcaciones del personal de farmacia, yo le emito un reporte de las marcaciones. Si el área de compras me pide un reporte de las notas de crédito emitidas por miles de proveedores yo le emito un reporte con las notas de crédito y así sucesivamente, entonces quisiera saber ¿a qué se refiere con la administración de la información, porque la información puede ser específica en base al requerimiento del usuario, puede ser generalizada para estar al público en una página web o puede ser privada que solo está disponible para cierto grupo de ejecutivos.</p>	<p>Para Martínez (2010) la administración de la información “es un proceso que involucra el tratamiento adecuado de compilación, organización y uso de la información de manera sistemática para facilitar la toma de decisiones efectiva y la coordinación de actividades dentro de una organización” (pág. 9).</p> <p>“Los requerimientos de usuarios deben ser capaces de conceptualizar la forma en que los datos se mueven a través de la organización” (Kendall, K. y Kendall, J., 1997, p. 229).</p>	<p>Desde mi punto de vista, la administración de la información es esencial para el éxito de las organizaciones, porque estas generan y utilizan grandes cantidades de información en su día a día; es vital, que se implementen prácticas adecuadas para gestionarla de manera efectiva, con el fin de tomar decisiones correctas y mejorar la eficiencia y la productividad de las empresas.</p> <p>Considero que el requerimiento de usuario, podría entenderse como una condición o capacidad que debe satisfacer las necesidades de los clientes, mismos que son una de las partes más importantes dentro de las empresas.</p>

<p>1.2. Entonces, dentro de la Compañía ¿cómo manejan la información general que se genera a nivel interno?</p>	<p>La información es de calidad y la manejamos de manera excelente, no tenemos ningún inconveniente ni nada por el estilo. Pocas veces presenta errores pero no es a errores de la información sino a veces de formato, pero manejamos información sostenible, se mantiene en el tiempo y en su totalidad es una información legible.</p>	<p>Se entiende por formato a “la estructura interna y codificación de un objeto digital, que permite que este sea procesado o presentado en una forma accesible” (CEPAL, 2020).</p> <p>Según Abrahão y Calero (2022) la información sostenible es aquella que “se caracteriza porque suele estar respaldada por datos confiables, ser transparente, accesible y estar orientada hacia la toma de decisiones para lograr un desarrollo organizacional sustentable” (p. 15).</p> <p>Herrero et al. (2013) establecen que “la legibilidad es la cualidad que presenta la información que puede ser leída con claridad, es decir, la capacidad del texto de ser fácilmente percibido en relación a su forma, presentación y disposición en el soporte” (p. 11).</p>	<p>Tomando como referencia el aporte crítico, considero que, un formato es una estructura donde se puede organizar y presentar información de manera coherente.</p> <p>Desde mi perspectiva, la información sostenible se refiere a la práctica de gestionar y comunicar la información de manera responsable y permanente en el tiempo, teniendo en cuenta aspectos que no alteren el contenido que se encuentra organizado en formatos físicos o digitales.</p> <p>Con base a mis conocimientos, puedo establecer que una información legible es aquella capaz de ser entendida fácilmente por las personas que tengan acceso a la misma. Y dentro de las organizaciones la información debe, en su gran parte, presentar legibilidad (buen contenido, información estructurada y organizada) para que los usuarios puedan comprender en términos simples las actividades que deben realizar.</p>
<p>2. Desde su experiencia ¿Existe dificultad en los sistemas de</p>	<p>No, ninguna. La calidad la emite más bien el criterio o bajo qué normas o solicitud tiene el recurso interno entonces la calidad de la información es muy subjetiva lo que para el área</p>	<p>Según Markov (2021) “la calidad de la información presenta un sinónimo de excelencia y es la medida de la distancia</p>	<p>La calidad de la información se basa en la precisión, objetividad, relevancia y actualidad. Para evaluar la calidad de la información, es importante tener en</p>

<p>información para generar información de calidad?</p>	<p>de talento humano es una información o es una data totalmente importante de pronto para el área de compras es irrelevante. Entonces la calidad es subjetiva, más bien yo creo que la información siempre debe ser real, lo que se emitió en el sistema de transacción eso es lo que se muestra no se debe maquillar algo porque no sé, en un ejemplo, se emitió mal un documento, no se hizo un descuento en algún momento, si así se registró en una base de datos así se muestra la información. Entonces si usted pregunta si existe calidad, yo le digo que la calidad es subjetiva, yo más bien le aseguro que la información que aquí manejamos es correcta.</p>	<p>entre la expectativa de información y la información correspondiente” (p. 3).</p> <p>Las autoras Elam y Peterson (2021) establecen que “la información subjetiva se basa en nuestras opiniones, suposiciones, creencias personales, sentimientos de prejuicio o puede basarse en sospechas, rumores y conjeturas”.</p> <p>Para PayRetailers (2022) el sistema de transacción es “un sistema de procesamiento de información para transacciones comerciales, que implica la recopilación, modificación y recuperación de todos los datos transaccionales”.</p> <p>“La calidad subjetiva hace mención a los juicios de valor o las percepciones de la calidad por parte del consumidor” (Brunso et al, 2005, como se citó en Blanco et al, 2007, p. 190).</p>	<p>cuenta las fuentes, verificar los datos y buscar múltiples perspectivas. Al fomentar y buscar información de alta calidad, la gerencia dentro de una organización puede mejorar sus procesos.</p> <p>Puedo mencionar que la información subjetiva es aquella que su contenido puede poseer o carecer de valor, dependiendo el usuario que la requiera.</p> <p>Con base a mi punto de vista, los sistemas transaccionales proporcionan eficiencia y velocidad en las operaciones comerciales. Gracias a ellos, es posible desarrollar procesos más rápidos y seguros.</p> <p>Desde mi apreciación, la calidad se la define como objetiva y subjetiva dependiendo el contexto en el que se la aplique. Por ejemplo, para los usuarios la calidad está basada en sus opiniones individuales, pero para la organización en sí, la calidad debe presentar objetividad porque debe estar determinada por la capacidad de poder cumplir con las exigencias de que los usuarios demandan.</p>
---	---	--	--

<p>3. ¿Dentro de la organización tienen algún mecanismo para clasificar la información? ¿Se la categoriza? (acceso público, restringido, interno, confidencial).</p>	<p>Buena pregunta. Efectivamente, nosotros aquí, de hecho, no tenemos una categorización de la información, lo que tenemos o nos regimos es a las normas y leyes que rigen en el país. Entonces nosotros como empresa privada no estamos obligados a mostrar ningún tipo de información, ¿ya? No se puede legalmente a las empresas privadas obligar, de ninguna manera, a mostrar información que no sea la requerida por las autoridades competentes, ejemplo, si usted quiere ver las ventas o el estado financiero de la Compañía eso está en la Superintendencia de Compañías, en el SRI, si quiere ver no sé cuánto vendemos, cuándo ingresamos eso está en el SRI, pero no tenemos o no estamos obligados a mostrarle eso ni al público ni tampoco en interno. Con relación a la otra parte de su pregunta, efectivamente, hay información sensible que se administra de acuerdo a las áreas. Entonces el área por ejemplo de talento humano que emite o consume información que tenga que ver con el área de talento humano es exclusivamente para el área de talento humano. Si se requiere de alguna forma en otras áreas esa información, se procesa de acuerdo a la solicitud de la otra área y ahí es cuando yo le decía hace rato que la calidad es subjetiva porque probablemente para talento humano esa información es, como decimos, lo máximo, funciona para lo que quiere, pero probablemente para contabilidad es una información irrelevante, que solo quieren algo puntual.</p>	<p>La Escuela Europea de Excelencia (2019) establece que la categorización de información es “un proceso en el que la organización evalúa la información que posee y el nivel de protección que cada una requiere”.</p> <p>Según la Cámara de Comercio Colombo Americana (2020) la información sensible es “toda información no divulgada, valorable, que puede usarse en el desarrollo de una actividad productiva, industrial o comercial y es susceptible de transmitirse a un tercero” (p. 5).</p>	<p>Considero que, la categorización de la información permite agrupar la información en función de características comunes, como tema, tipo de contenido o relevancia. Esto ayuda a las personas que conforman una organización a encontrar rápidamente la información que están buscando y a navegar de manera eficiente a través de grandes volúmenes de datos. Además, la categorización también puede contribuir a la gestión y conservación de la información a largo plazo, al establecer una estructura lógica y coherente que facilita su organización y mantenimiento.</p> <p>Desde mi perspectiva, la información sensible hace referencia a aquella información que requiere una protección especial debido a su naturaleza confidencial o privada. Y por lo tanto, la gestión adecuada de la información sensible es crucial para salvaguardar la privacidad organizacional y garantizar el cumplimiento de las regulaciones y políticas de protección de datos.</p>
--	--	--	--

<p>4. ¿Cuál es el proceso que se lleva a cabo para difundir la información interna y externa de la organización?</p>	<p>Bueno, a nivel externo como le decía, nosotros no emitimos ningún tipo de información porque no estamos obligados a hacerlo así que no hay ningún proceso o política en la que se haya trabajado para ello, es más no tenemos una página web en internet para que se muestre no sé, la Compañía como tal, pero hay un porqué de ello. Y en el caso interno pues efectivamente, si tenemos una página intranet que o sea no es externa, sino que es de consumo propio para los colaboradores de la Compañía y en donde se encuentran un sinnúmero de herramientas, información, etc.</p>	<p>Una página web es “un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios enlazados y accesibles a través de Internet” (Choquesillo, 2012, p. 46).</p> <p>Para Calvo (2023) un intranet es “es una red privada que permite compartir recursos e información entre los usuarios que formen parte del negocio o colabore con el mismo”.</p>	<p>Considero a las páginas web como un espacio digital que permiten mostrar información por medio del internet. En las organizaciones, esta sirve como una plataforma de comunicación, por esa razón, se busca que estén bien diseñadas y estructuradas, de esta forma se logra proporcionar al usuario una experiencia enriquecedora.</p> <p>En términos claros, la intranet es una red interna privada utilizada por una organización para compartir información y recursos entre sus miembros. Es una herramienta de comunicación y colaboración que permite a los empleados acceder a documentos, bases de datos, herramientas y aplicaciones internas. La intranet facilita la organización y la distribución eficiente de la información, promoviendo la colaboración y mejorando la productividad dentro de la empresa.</p>
<p>4.1. ¿Toda la difusión de la información interna se la realiza por ahí? Quiero decir, no se lo hace personalmente solo por medio de la intranet. ¿o se lo</p>	<p>Bueno, para difundir información de manera interna lo hacemos a través de nuestro correo institucional, ese es el canal de comunicación interno y bueno también externo para comunicarnos entre nosotros en las diferentes áreas y también a nivel externo, porque en el ejemplo que usted dice si el área de talento humano quiere enviar no sé un reporte de nóminas para que se pague en contabilidad,</p>	<p>El autor Da Silva (2021) expresa que un canal de comunicación interno es “un espacio donde se puede intercambiar información entre equipos, poner las metas al día, alinear las actividades dentro de una empresa y delegar responsabilidades”.</p> <p>Según Gómez (2016) la comunicación “es un proceso que posibilita el intercambio de</p>	<p>Considero que, los canales de comunicación internos en las organizaciones son los medios utilizados para transmitir información y fomentar la interacción entre los empleados. Estas, a su vez, promueven la colaboración, la transparencia y el flujo de información en toda la organización. Además, ayudan a mantener a todo el personal informados</p>

<p>hace de ambas formas?</p>	<p>utilizan el correo corporativo interno y así estamos en constante comunicación.</p>	<p>información y esta debe de ir dentro de un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro”.</p>	<p>sobre los cambios, objetivos y logros de la empresa, fortaleciendo la cultura organizacional y el compromiso de los colaboradores.</p> <p>Desde mi punto de vista, la comunicación es un proceso fundamental para el intercambio de información, ideas y emociones entre individuos. A través de la comunicación, se establece la conexión y comprensión mutua. Una comunicación efectiva es clave para el éxito en los entornos laborales porque promueve la cooperación, resuelve conflictos, fortalece vínculos y facilita el logro de objetivos comunes.</p>
<p>5. En COFARVE ¿Cuáles son los mecanismos que se adoptan para la difusión, protección y seguridad de los datos?</p>	<p>Empezando por los mecanismos informáticos existen aquí políticas o normas, software antivirus, servidores y escáner de vulnerabilidades que el ingeniero en desarrollo e ingeniero en sistemas utilizan para dar protección a la información o base de datos que aquí tenemos. Y la protección o seguridad física contamos con los equipos necesarios para dar seguridad periférica a toda nuestra red y también para cuidar los diferentes dispositivos que tienen cada uno de nuestros colaboradores. Asumo que a esa protección se refiere porque también existe protección cuantitativa, es decir, de mundo para la protección de la inteligencia de nuestro negocio, es decir, de esa información y eso es a través de una aseguradora donde se asegura la</p>	<p>Para IBM (2021) los mecanismos informáticos “son herramientas técnicas y métodos técnicos que se utilizan para implementar los servicios de seguridad”.</p> <p>La autora Hefner, Peterson & Crocetti (2021) establecen que la protección de la información es “es el proceso de salvaguardar información importante contra corrupción, filtraciones, pérdida o compromiso de los datos”.</p>	<p>Considero que, los mecanismos informáticos son una herramienta que permiten el funcionamiento, procesamiento y gestión de la información de manera eficiente y segura en los sistemas informáticos.</p> <p>Desde mi perspectiva, la protección de la información es crucial para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información que se maneja dentro de las organizaciones.</p>

	<p>información que administran o también los equipos que almacenan esa información para ciertos eventos que pueden ocurrir, como catástrofes como terremotos, un incendio. Ese es un tercer nivel de protección.</p>		
<p>6. ¿Quiénes son los responsables de realizar el proceso de difusión de información?</p>	<p>Va a depender mucho del tipo de información porque no existe un departamento consolidado que se dedique a administrar la información de la Compañía, uno como digo porque no es algo necesario (aquí al menos) y otra porque la información es irrelevante tanto para nuestros clientes internos como externos y le voy a pasar a explicar el porqué. Para nuestros clientes externos es irrelevante conocer a la Compañía detrás de la marca porque los consumidores finales entienden y conocen la marca que consumen y la marca que consumen se llama Cruz Azul entonces si usted le habla del nombre de la Compañía COFARVE S.A. que es la que está detrás nadie la va a conocer, pero si usted va y pregunta ¿dónde encuentro una Cruz Azul? Todo el mundo sabe que es una farmacia ¿verdad? Entonces eso por un lado y ahí básicamente, a nivel interno tampoco contamos con un departamento específico de comunicación. Lo que hacemos es que cuando se requiere algún tipo de información o que nuestros colaboradores conozcan algún tipo de información que la Compañía necesita se utilizan los canales que disponemos, entonces bajo qué condiciones se hace, depende del departamento que se está comunicando.</p>	<p>Indeed (2023) afirma que un departamento de comunicación “es aquel que se encarga de la comunicación en la empresa y emite todos los mensajes en su nombre, siempre gestionando la información a través de los canales adecuados para cada circunstancia”.</p>	<p>En mi opinión, el departamento de comunicación es responsable de gestionar y coordinar la comunicación interna y externa de una organización. Supone un espacio importante e indispensable dentro de la empresa porque debe desarrollar estrategias de comunicación, mantener relaciones con los medios, gestionar la imagen de la empresa, planificar eventos y promover la comunicación efectiva entre los diferentes departamentos.</p>

<p>6.1. En este caso, ¿cualquier persona que forme parte del departamento puede difundir información? ¿O es una tarea que le corresponde solo al jefe departamental?</p>	<p>ehh! La persona a la que se le asigne dependiendo del departamento son las que tienen autorización, por ejemplo, para ser un poco más lúdico, en el grupo de WhatsApp existen personas que están autorizadas para poder emitir una comunicación y esa persona puede ser algún jefe, algún colaborador, pero por cada área existe una persona encargada de difundir la información que se quiera, por ejemplo, en el área de operaciones existe una persona que no es el jefe del área quien se encarga de comunicar la información que quieren que el resto de las áreas y el personal que trabaja en la Compañía se enteren.</p>	<p>Se puede definir a la difusión de información como “el proceso por el cual se transmite al usuario la información que necesita o en darle la posibilidad de obtenerla” (Castillo, 2005, p. 1).</p>	<p>Con base a mis conocimientos, puedo afirmar que la difusión de la información se refiere al proceso de compartir y distribuir información a través de diversos canales y medios. Agrego además que, la difusión efectiva de la información garantiza su alcance y acceso por parte de los usuarios interesados, permitiendo una mayor visibilidad y comprensión de la misma.</p>
<p>7. ¿En COFARVE tienen políticas formalmente planteadas?</p>	<p>Claro que sí, por supuesto. Tenemos no solo políticas, de hecho, antes de que se haga una política debe haber antes un reglamento nosotros sí tenemos un reglamento interno que rige la norma de trabajo tanto para la Compañía como para los empleados en las diferentes actividades que realizamos y dependiendo de esas actividades en el área en el que colaboremos o trabajemos existen políticas que deben nacer de procesos. ¡Ojo! Esto es muy importante porque antes de que se haga una política debe existir un proceso, es decir, cómo debo hacer cierta actividad y de ahí debo elaborar una política para que, con esa política, que no es otra cosa que leyes o parte de un sinnúmero de prohibiciones y también las cosas que se pueden hacer, la política es lo que le enmarca el proceso para que las personas sepan cómo hacerlo y posterior viene un reglamento porque el reglamento es aquel con el</p>	<p>Un reglamento interno “hace referencia a un conjunto de normas que deben ser cumplidas por todos los que conforman una organización; es decir, se trata de un acuerdo bilateral que señala las obligaciones o estatutos que deben cumplirse dentro de una empresa” (COFIDE, 2020).</p>	<p>Desde mi percepción, los reglamentos internos son normativas y políticas establecidas por una organización para regular y guiar el comportamiento de sus empleados. Estos reglamentos definen los derechos, responsabilidades y expectativas de los empleados, así como las normas de conducta y procedimientos internos. Normalmente, estos deben contribuir al mantenimiento de un entorno laboral ordenado, respetuoso y que es capaz de cumplir con los requisitos legales y éticos.</p>

	que se puede normar, sancionar, motivar, incentivar a que los colaboradores realicen y cumplan una política para que se dé de una mejor forma el proceso y queremos que funcione.		
7.1. ¿Quién las plantea? ¿Poseen un asesor jurídico o se las plantea entre el gerente y otros colaboradores?	Correcto, es que lo que pasa es que el tema jurídico no se inmiscuye en la elaboración de procesos y políticas internas en la Compañía, no es necesario porque no es un documento oficial que va a repercutir o que o que va a normar a personas en el exterior y que no sean colaboradores, en otras palabras, el único documento o el único tema legal que garantiza el cumplimiento de esos reglamentos dentro de una Compañía para los colaboradores es cuando viene y firma un contrato de trabajo , entonces cuando firma un contrato de trabajo usted está con su firma aceptando que va a cumplir todas las condiciones laborales para la que la están contratando y ese documento que es el contrato de trabajo, ese sí está legalizado en el Ministerio de Trabajo y esa es la garantía que tiene tanto la Compañía como el empleado que bajo esas condiciones usted debe cumplir. Entonces nosotros cuando elaboramos aquí políticas, procesos y reglamentos se hace en cada área dependiendo de los procesos que hacemos y que queremos implementar o modificar se lo hace cada jefe de área en donde se va a implementar ese proceso junto con gerencia que es al final quien aprueba ya que es la autoridad máxima dentro de la Compañía, y una vez que se apruebe y firme por él se socializa para que todas las	Para el Ministerio del Trabajo (2021) el contrato de trabajo “es el convenio por el cual una persona se compromete con otra a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por acuerdo entre las partes” (p. 2). El autor Reyes (2016) menciona que las condiciones laborales son “los factores de un entorno intrínseco, que determina la motivación, la satisfacción o insatisfacción laboral” (p. 23).	Considero que, un contrato de trabajo es un acuerdo legal entre la empresa y el empleado donde se establecen los términos y condiciones de empleo. El contrato protege los derechos y obligaciones tanto de la empresa como del empleado, brindando seguridad y claridad en la relación laboral. Las condiciones laborales se refieren al conjunto de circunstancias en las que los empleados realizan su trabajo. Mejorar las condiciones laborales contribuye al bienestar y satisfacción de los empleados, promoviendo la productividad y retención del recurso humano en las organizaciones. Las condiciones laborales deberían incluir aspectos como la jornada laboral, salarios, beneficios, seguridad en el trabajo, ambiente laboral, equilibrio entre vida laboral y personal, y oportunidades de desarrollo profesional.

	personas que se involucren en el cumplimiento de ese proceso y de esa política lo cumplan.		
8. ¿Poseen alguna política que haga referencia al tratamiento de la información? (Creación, accesos, organización, tratamiento, difusión y uso de información)	No, no poseemos ninguna política que enmarque o haga referencia al análisis de la información .	Sandín (2003) como se citó en Vera (2010) el análisis de la información “es un proceso cíclico de selección, categorización, comparación, validación e interpretación (...) que permite mejorar la comprensión de un fenómeno de singular interés” (p. 3).	Desde mi punto de vista, el análisis de la información es el proceso de examinar datos y encontrar patrones, tendencias, relaciones y conclusiones significativas. El análisis de la información es fundamental para aprovechar al máximo los datos y utilizarlos para el crecimiento y mejora de una organización.
9. ¿Qué medidas adopta la empresa para evitar la divulgación y filtración de información confidencial?	Medidas tecnológicas existen muchas que están enmarcadas dentro de nuestras políticas internas. Como por ejemplo las medidas de control de acceso que no es más que el uso de contraseñas.	Según Palacio y Gaviria (2020) las medidas tecnológicas “son herramientas de autogestión de derechos utilizadas por los titulares de derecho de autor, los cuales, muchas veces debido a desarrollos tecnológicos -como el Internet- pueden ver amenazados sus derechos”. Una medida de control de acceso “es un sistema electrónico que restringe o permite el acceso de un usuario o grupo de usuarios a un área específica validando la identificación por medio de diferentes tipos de lectura” (Mora, 2016, p. 13).	Las medidas tecnológicas se refieren a las herramientas y soluciones tecnológicas implementadas para garantizar la seguridad y protección de la información. Estas medidas tecnológicas son esenciales para proteger los datos y la privacidad en un entorno digital. Analizándolo desde mi perspectiva, las medidas de control de acceso se refieren a las estrategias y tecnologías utilizadas para limitar y gestionar el acceso a sistemas, redes y recursos de una organización. Estas medidas son fundamentales porque aseguran la protección de información sensible y previene accesos no autorizados.

<p>10. Desde su experiencia, al momento de diseñar una política ¿se identifica el problema, quiénes son los afectados y dónde se genera el problema?</p>	<p>Esa es una forma, efectivamente, de cómo elaboramos aquí una política. Se identifica la percepción de una problemática, dónde se produce el problema y se determinan las posibles formas de solución para asegurarnos de tener un buen clima organizacional.</p>	<p>Unir (2019) establece que el clima organizacional es “el conjunto de actividades, rutinas y condiciones que se dan dentro de una empresa y están directamente ligadas con la satisfacción de los trabajadores en su entorno de trabajo”.</p>	<p>Considero que, el clima organizacional se refiere al ambiente psicológico y emocional que se percibe en una organización. Un clima organizacional positivo promueve la colaboración, la motivación y el bienestar de los empleados, lo que a su vez puede impactar en el desempeño y crecimiento de la empresa.</p>
<p>11. Al plantearse el diseño de una nueva política en la Compañía ¿Se consideran las ya existentes dentro de COFARVE?</p>	<p>Claro que sí, depende de a quiénes va a afectar y qué áreas están involucradas. A veces hay políticas de procesos que se hacen en conjunto con otras áreas, entonces obviamente se necesitan llegar a acuerdos para que quede cómo se va a afectar a las diferentes áreas antes de hacer un determinado proceso. En esta fase se debe realizar un análisis de viabilidad para determinar las relaciones entre la nueva política y las ya establecidas.</p>	<p>Como expresa Pérez (2021) el análisis de viabilidad “es un proceso que permite obtener conocimiento para averiguar si realmente el proyecto aportará los beneficios que se esperan de él”.</p>	<p>Desde mi perspectiva, el análisis de viabilidad es un proceso de evaluación que determina la factibilidad y potencial éxito de un proyecto, idea o estrategia. Puedo agregar que, este análisis ayuda a tomar decisiones con argumentación basada en varios criterios y minimizar los riesgos al implementar nuevas iniciativas o realizar inversiones.</p>
<p>12. Cuando se plantea una política ¿ustedes consideran la intervención de actores y toman en cuenta sus puntos de vista o sus aportaciones?</p>	<p>Sí, normalmente el gerente trabaja en conjunto con los colaboradores que están en el departamento en el cual se va a diseñar la política. Pasa que hay políticas que participan en algunas áreas que se encuentran dentro del proceso, hay otras que solo son de una sola área y hay otras que son directrices ya de gerencia. Eso dependerá mucho de la política.</p>	<p>Para Evia (2012) las directrices son “lineamientos obligatorios que las empresas deben comprometerse a cumplirlas”</p>	<p>Puedo establecer que, las directrices son instrucciones o pautas establecidas para orientar y estandarizar acciones y decisiones en una organización. Estas directrices proporcionan claridad y consistencia en la forma en que se llevan a cabo las tareas, procesos y políticas en el contexto empresarial.</p>
<p>13. Al momento de diseñar la política, ¿son considerados</p>	<p>Las políticas siempre tratamos de enmarcarlas dentro de nuestros valores, la misión y la visión de la Compañía y generalmente siempre están</p>	<p>Según Aguilar y Lima (2009) las políticas “tienen que ver con las acciones, decisiones y omisiones por parte de los distintos actores</p>	<p>Considero que, las políticas son complicadas de definir, sin embargo, puedo afirmar que son aquellos</p>

<p>los elementos constitutivos de la organización? (misión, visión, valores, objetivos).</p>	<p>dados para ello porque de eso se trata. Nosotros tratamos de que con nuestra labor y las políticas que enmarcan nuestras actividades a conseguir lo que está en la misión de la Compañía.</p>	<p>involucrados en los asuntos democráticos” (p. 2).</p>	<p>principios establecidos por una organización para guiar su comportamiento, toma de decisiones y operaciones. Las políticas usualmente, definen las normas, los procedimientos y las restricciones dentro de la organización, asegurando la consistencia, la transparencia y el cumplimiento de los estándares éticos, legales y operativos. Además, proporcionan un marco de referencia para la toma de decisiones.</p>
<p>14. ¿Ustedes han implementado políticas anteriormente? ¿Usted me puede decir cuáles son los cambios que han notado en el personal al momento de adoptar estas nuevas políticas? Se adaptan o presentan rechazos, ¿Cuál es el comportamiento que se genera?</p>	<p>Es difícil medir mientras no se tenga una metodología o un espacio para poder medirlo, sin embargo, hasta ahora han dado buenos resultados porque las políticas, como le digo, dependiendo del área en donde labore se trata de socializar o integrar para que todos los colaboradores de esa área, en lo posible aporten para crearla. Entonces al momento que ya se socializa no es otra cosa que reafirmar lo que con ellos mismos hemos trabajado.</p> <p>No tenemos la medición de la satisfacción de una política, sin embargo, desde la experiencia como trabajamos con las personas dentro del área, no hay mayor novedad. Siempre va a haber un grupo inconforme que no está de acuerdo, pero las políticas se hacen de acuerdo a las problemáticas que encontremos, el diagnóstico de la problemática en virtud de una mejora y que efectivamente, como toda decisión, cualquier decreto, siempre va a generar conmoción tanto negativa como positiva entonces dependerá</p>	<p>La medición de satisfacción es “una consideración importante que permite evaluar y cuantificar el nivel de satisfacción de los individuos, clientes, usuarios o empleados con respecto a un producto, servicio, experiencia o situación determinada” (Dutka, 2001, p. 17).</p> <p>Para la autora Meléndez (2020) el diagnóstico de la problemática es “una etapa importante donde se conoce a fondo la empresa, al cliente, sus debilidades, oportunidades de mejora, prioridades y</p>	<p>Desde mi perspectiva, la medición de la satisfacción es un proceso que se utiliza para obtener información objetiva sobre la percepción y el grado de satisfacción de las personas con respecto a algo en específico.</p> <p>Por ejemplo, normalmente para medir la satisfacción de los usuarios pueden utilizarse indicadores diversos, incluyendo aquellos referidos a las instalaciones físicas del servicio, la facilidad de comunicación y comprensibilidad de lo solicitado, el trato y la actitud del personal y la calidad de los servicios recibidos.</p> <p>Desde mi percepción, diagnosticar un problema en una organización implica identificar y analizar las causas y efectos de una situación problemática. Se requiere recopilar información relevante,</p>

	mucho de qué se aplique y cómo lo tomen los colaboradores.	puntos de partida para buscar una solución afectiva” (p. 1).	analizar datos, evaluar procesos y resultados, y detectar discrepancias entre el estado actual y el deseado. Un diagnóstico preciso facilita la implementación de posibles alternativas de mejora.
14.1. ¿Preparan al personal para que tengan conocimiento previo de que algo nuevo va a venir o simplemente lo difunden y les toma por sorpresa?	<p>No, generalmente si se trata de socializar e ir informando en el tiempo, como digo se hace partícipe en lo posible a todos los colaboradores a quienes va a incluir esa política.</p> <p>Por ejemplo, cuando implementamos una política de marcación en donde yo le digo al empleado: mira, vamos a considerarte atrasado si llegas 5 minutos atrasado a tu hora de ingreso y eso implica un descuento. Sabes que, tu lugar de marcaciones siempre va a estar a la entrada de la puerta y tienes que marcar con tu huella dactilar, si tú faltas más de 3 horas y no tienes una justificación, te vamos a descontar la media hora de trabajo de eso es lo que dice el código de trabajo, también nuestro reglamento interno y en base a eso hicimos nuestra política de marcaciones. Entonces cuando se hizo eso, se iba previamente socializando, comunicando, vamos haciendo ejercicios, sabes que, este mes vamos a estar a prueba y te vamos a mostrar que te estás equivocando porque no estás marcando como debe de ser. Y antes, hace muchos años era algo que se lo realizaba manualmente, entonces era un cambio de paradigma que sí generaba un cierto miedo a ciertos recursos y por eso tomamos toda la precaución de ir informando antes de ello. Una</p>	<p>Según el Portal Único de Trámites Ciudadanos (2005) en Ecuador, el código de trabajo es “una ley que regula el marco legal laboral que aplica en las relaciones con los trabajadores”.</p> <p>La autora Pérez (2000) afirma que un cambio de paradigma es “una transformación del patrón organizativo que implica una reconfiguración radical de las concepciones y la forma de entender un campo de conocimiento” (p. 1).</p>	<p>Considero que, el código de trabajo es un conjunto de leyes y regulaciones que establecen los derechos y obligaciones de los empleados y empleadores. El código de trabajo tiene como objetivo proteger los derechos laborales y garantizar un ambiente laboral justo y equitativo. Normalmente este código aborda temas como el salario mínimo, las horas de trabajo, las prestaciones laborales, la seguridad en el trabajo y las condiciones laborales.</p> <p>En términos concretos, un cambio de paradigma se genera cuando se producen cambios profundos y que implica una transformación fundamental en la forma de pensar, percibir y abordar una situación o problema, rompiendo con viejas ideas y adoptando nuevas perspectivas y enfoques innovadores.</p>

	<p>vez que ya se hizo primero el piloto, después la prueba error y después ya la socialización, ahí sí ya vino la aplicación del reglamento, por eso es importante un reglamento. Yo ya te enseñé, ya te hice un piloto, ya hicimos pruebas, después de tanto tiempo empezamos a aplicarlo y si tú incumples ahí aplica el reglamento que pueden ser de descuento o también de desvinculación cuando incumples alguno de esos artículos de la política de marcaciones. Entonces esa es la forma en la que nosotros lo hacemos.</p>		
<p>15. ¿Las políticas son redactadas con un lenguaje claro y preciso para que los colaboradores puedan entenderlas?</p>	<p>Sí, así es. Se trata en gran medida emplear palabras no tan técnicas para que todos puedan entenderlas. En esta fase también se ejecuta un análisis de coherencia entre la política que se diseña con el estado organizacional para asegurarnos que no haya contradicciones.</p>	<p>El análisis de coherencia es “la relación equilibrada y directa entre los componentes de una organización, generando la maximización de resultados” (García, 2023).</p>	<p>Considero que, el análisis de coherencia se refiere a la evaluación de la lógica y consistencia de algo nuevo con lo ya existente. Implica examinar la relación entre las ideas, la estructura del contenido y la conexión lógica de las afirmaciones. Un análisis de coherencia busca garantizar que la información presentada sea clara, organizada y libre de contradicciones para facilitar la comprensión del mensaje.</p>
<p>16. Para el planteamiento de políticas dentro de COFARVE, ¿Se consideran las normativas existentes a nivel nacional, que manejan aspectos relacionados con la</p>	<p>No, cuando se lleva a cabo el planteamiento de una política organizacional solo se considera el reglamento interno de la Compañía.</p>	<p>Según Coomeva (2022) una política organizacional es “el conjunto de normas y principios que rigen el comportamiento de los colaboradores de una compañía, así como la toma de decisiones por parte de los directivos”.</p>	<p>Para mí, una política organizacional no es más que un conjunto de directrices establecidas por una organización para guiar el comportamiento de sus colaboradores, la toma de decisiones y la realización de actividades o los procesos que se llevan a cabo dentro de la organización.</p>

acceso y difusión de la información?			
17. Una vez diseñada la política para la difusión de la información interna ¿quiénes considera que deben ser las personas apropiadas de revisar el documento y dar paso a la aprobación de la misma?	El departamento de gerencia general, ellos son los encargados de hacer la revisión final y de dar la aprobación a lo que se diseña o se crea en función de las necesidades organizacionales detectadas.	Para López (2021) las necesidades organizacionales son “todas las carencias que se deben cubrir para poder alcanzar sus objetivos y mantener su posición dentro del mercado”.	Puedo establecer que, las necesidades organizacionales son los requerimientos y deseos específicos de una organización para alcanzar sus objetivos. Por eso, resulta fundamental saber identificar y satisfacer las necesidades organizacionales para asegurar el crecimiento, la eficiencia y la competitividad de una organización.

Elaborado por: La autora

Sesiones de acompañamiento:

Entrevista-tarea 28 de abril - Word (Error de activación de productos)

CASTRO BARREZUETA OSCAR IAREN

Guía de entrevista para evaluar la difusión de la información y las políticas internas dirigida al gerente general

Hora de la entrevista:

Presentación

El objetivo de esta entrevista es recopilar información que sirva como insumo para diseñar una política que propicie el mejoramiento de la difusión de información interna en la Compañía COFARVE S.A. La información que se obtenga ayudará a reconocer aspectos relevantes con respecto al campo y objeto de estudio. Sus datos personales no serán expuestos y solo se usará la información de carácter demográfico para dar a conocer el contexto de los participantes.

Instrucciones

Para esta entrevista se le planteará preguntas que usted podrá responder de manera libre, puede indicarnos también en función a su experiencia para obtener mayores detalles.

A continuación, le realizaremos preguntas demográficas

Sexo:	
Edad:	
Antigüedad en la empresa:	
Cuál es su función/cargo:	
Formación profesional:	
Área de trabajo:	

Difusión de la información:

Página 1 de 2 486 palabras Español (Ecuador)

Activar Windows
Vea a Configuración para activar Windows.

CM
CASTRO BARRE...

ANDRADE ALV...

CASTRO BARREZUETA BRIGITH MAHOLY

Nota: Reunión brindada por la tutora Patricia Andrade, el 8 de mayo de 2023 a las 15:00 p.m. con la finalidad de hacer una revisión al instrumento (entrevista) que se iba a aplicar.

Recording

Mónica Luna

Brigith Castro

Patricia Andrade

Nota: Tutoría con la intervención de la Abogada Mónica Luna, realizada el 27 de junio de 2023 a las 17:30 p.m. con la finalidad de realizar una revisión de la política diseñada.

Aplicación de entrevista



Nota: Entrevista aplicada a las 14:52 p.m. (se la realizó al gerente, pero por motivos de fuerza mayor tuvo que retirarse, de esta forma se procedió a realizar un conversatorio con la jefa del departamento de Talento Humano).

Revisión del Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía Farmacéutica Vera S.A.



Nota: En la imagen se puede observar a la autora revisando los documentos regulatorios de la empresa.