UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ECOTEC

Estudio de la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia del IESS.

Comunicación Estratégica:

Comunicación, Cultura y Tecnología

Modalidad de Titulación:

Examen Complexivo (diseño de caso)

Programa de Maestría:

Presencial

Título a obtener:

Máster en Comunicación Estratégica

Nombre del autor:

Lcdo. Ángel Aguilar Duarte

Nombre del Tutor: Mgs. Silvia Aguirre Jiménez

Samborondón, 2020

ANEXO N°16
DIVISIÓN DE POSGRADO

CERTIFICACION DE REVISION FINAL

QUE EL PRESENTE PROYECTO DE DESARROLLO O ESTUDIO DE CASO TITULADO: ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL CENTRO CLÍNICO QUIRÚRGICO AMBULATORIO HOSPITAL DEL DÍA SUR VALDIVIA DEL IESS.

ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE POSGRADO, POR LO QUE SE AUTORIZA A: AGUILAR DUARTE ANGEL GABRIEL, QUE PROCEDA A SU PRESENTACION.

Samborondón, _13_ de _julio_ de 2020

Mgtr. Silvia Aguirre Jiménez

TUTORA

ANEXO N°13

DIVISIÓN DE POSGRADO

PROCESO DE TITULACIÓN

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado SILVIA AGUIRRE JIMÉNEZ, tutora del trabajo de titulación "ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL CENTRO CLÍNICO QUIRÚRGICO AMBULATORIO HOSPITAL DEL DÍA SUR VALDIVIA DEL IESS" elaborado por el LCDO. ANGEL AGUILAR DUARTE, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Máster en Comunicación Estratégica.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 3 %, mismo que se puede verificar en el siguiente link:

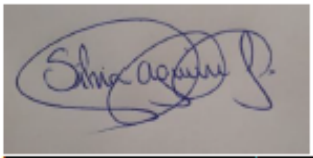
file:///C:/Users/Carlos/Downloads/Urkund%20Report%20-%20AVANCE%20TESIS%20ANGEL%20AGUILAR%2007-06-2020.docx%20(D74705530).pdf

Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.

URKUND

Document Information

Analyzed document	AVANCE TESIS ANGEL AGUILAR 07-06-2020.docx (D74705530)
Submitted	6/11/2020 5:48:00 PM
Submitted by	Saguirre
Submitter email	saguirre@ecotec.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	saguirre.ecotec@analysis.urkund.com



SILVIA AGUIRRE JIMÉNEZ, MGTR.
PROFESORA TUTORA

Resumen

El Hospital del Día Sur Valdivia del IESS es una institución pública que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil. Esta institución cuenta con 299 empleados en diferentes áreas de trabajo entre personal administrativo y personal médico. La presente investigación se enfocó en el bajo uso y conocimiento de los canales de comunicación internos del hospital.

El objetivo de este trabajo fue analizar la situación actual de la comunicación interna en el Hospital del Día Sur Valdivia, a través de una investigación de tipo mixta y descriptiva en busca de resultados que aporten a mejorar la comunicación interna del hospital, haciendo uso de los métodos cuantitativos y cualitativos.

Los resultados más relevantes de esta investigación se enmarcaron en las falencias del personal médico sobre el uso y conocimiento de los canales de comunicación internos, ya que al tener diferentes tipos de públicos se pudo comprobar que es necesario fortalecer los canales y flujos de comunicación, para mantener una información integral y unificada con todo el personal. Con base en los resultados obtenidos, se recomendó crear estrategias para fortalecer en los empleados del personal médico el uso y conocimiento de los canales de comunicación establecidos en el Hospital del Día Sur Valdivia.

Palabras clave Comunicación interna, canales, flujos, estrategias

Abstract

The Hospital del Día Sur Valdivia is a public institution located in the city of Guayaquil. This institution has 299 employees in different work areas, between administrative and medical personnel. This research focuses on the low use and knowledge of the hospital's internal communication channels.

The objective of this work is to analyze the current situation of internal communication in the Hospital del Día Sur Valdivia, through a mixed and descriptive research in search of results that contribute to improve the hospital's internal communication, making use of the quantitative and qualitative methods.

Among the most relevant results of this research we can highlight the shortcomings of the personal physician regarding the use and knowledge of internal communication channels, since having different types of audiences made it possible to verify that it is necessary to strengthen the channels and control the communication, to maintain comprehensive and unified information with all staff. Based on the results obtained, it is recommended to create strategies to strengthen the use and knowledge of the communication channels established in the Hospital del Día Sur Valdivia in medical staff employees.

Key words Internal communication, channels, strategies

Índice

Portada…….1
Certificado de la revisión final……....2
Certificado de coincidencias de plagio……...….3
Resumen……...…4
Palabras claves…….4
Abstract……...5
Keywords……5
Índice……...6
Índice de tablas……8
Índice de gráficos……8
Introducción……9
Pregunta del problema global…….……...8
Pregunta específica… …….....10
Objetivo general…….11
Objetivos específicos ……11
Revisión de literatura……..11
Concepto de comunicación…….....11
Comunicación organizacional……17
Comunicación externa……22
Comunicación interna ……....24
Clima laboral……..27
Flujos de comunicación……...28
Flujos de comunicación descendente…….29
Flujos de comunicación ascendente……...30
Flujos de comunicación horizontal……31.
Canales de comunicación……....32
Canal formal……..……33
Canal informal……...33

Método de investigación……..36
Historio del Hospital Sur Valdivia……..36
Situación geográfica……...36
Misión…….37
Visión……..37
Organigrama……38
Distribución y detalle del Hospital del Día Sur Valdivia……...38
Contratos ocasionales……...39
Contratos colectivos…….39
Nombramientos provisionales……...39
Nombramientos permanentes……39
Áreas del Hospital del Día Sur Valdivia……40
Problemática de la investigación……41
Alcance y límite de la investigación……..42
Investigación de tipo descriptiva……...……42
Investigación de tipo mixta……...43
Encuesta……44
Entrevista……..44
Entrevista semiestructurada……45
Población y muestra…….46
Población finita……46
Población infinita…….47
Muestra…….47
Técnica de muestreo para una población a estudio…….....48
Análisis de resultado……49
Conclusiones……64
Recomendaciones……65
Referencias bibliográficas……66
Anexos……..72

Índice de tablas

Tabla 1: Canales de comunicación……..34

Tabla 2: Canales de comunicación……..35

Tabla 3: Tipos de contrato del Hospital del Día Sur Valdivia……39

Tabla 4: Áreas del Hospital del Día Sur Valdivia……...41

Tabla 5: Muestra del personal a encuestar ……48

Tabla 6: ¿Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?.....50

Tabla 7: De los siguientes canales de comunicación ¿Cuál cree usted que es el más utilizado en el Hospital Sur Valdivia?.....51

Tabla 8: ¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?.....53

Tabla 9: ¿Cuál es el canal de comunicación que usted más utiliza?.....54

Tabla 10: ¿Cómo califica usted el manejo de la comunicación interna en el Hospital del Día Sur Valdivia?.....56

Tabla 11: ¿Qué canal de comunicación cree usted que tiene un mensaje más significativo dentro de la institución?.....57

Tabla 12: En esta institución se evidencian conversaciones de pasillo como medio de comunicación para conseguir beneficios propios…….59

Tabla 13: De estos dos canales de comunicación ¿A través de cuál te comunicas más?.....60

Tabla 14: Desde su observación ¿Cómo usted define el flujo de comunicación que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia?.....61

Tabla 15: ¿Usted cree que mejoraría la comunicación interna en el Hospital del Día Sur Valdivia si existiera un departamento de comunicación?.....63

Índice de gráficos

Grafico 1: Mapa ubicación del Hospital del Día Sur Valdivia……37

Gráfico 2: Organigrama situacional……38

Introducción

La empresa donde se realizó el estudio es el Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia del IESS, en la comunidad es conocido como el "Hospital del Día Sur Valdivia", es por esto que en esta investigación se lo mencionará como Hospital del Día Sur Valdivia.

La comunicación interna en la actualidad es una herramienta fundamental para el desarrollo de las empresas, mediante el cual, con un manejo exhaustivo de los canales de comunicación, puede comunicar de manera correcta a los empleados, los objetivos y metas de la organización.

Trelles Rodríguez (2001) indica que:

> La comunicación interna es una de las principales actividades de la organización, pues mediante esos procesos se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan las conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional.

Este trabajo mostrará los diferentes factores de valoración, conocimiento y uso de los canales de comunicación interna en la institución, con el objetivo analizar la situación actual de la empresa, que permitirá desarrollar recomendaciones para el fortalecimiento de la comunicación interna de la institución.

La comunicación interna incluye las acciones de comunicación que se realizan en las instituciones dirigidas al público interno. Comprende, mediante el empleo de diversos medios y canales, las estrategias y programas de comunicación. Está definida por la interrelación que se pueda lograr entre el personal que compone la organización y su objetivo principal debe ser integrar, comprometer y movilizar al público interno con los objetivos de una institución (Graverán D., 2017)

Esta investigación responde a la necesidad de profundizar la valoración, conocimiento y uso de los canales de comunicación internos de los trabajadores del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia, sobre la base del enfoque de la investigación mixta y descriptiva.

El análisis y los criterios sobre la comunicación interna en esta institución, han sido insuficientes, por lo que se requiere un estudio más profundo y coherente, a partir del bajo conocimiento y uso de los canales de comunicación internos que manejan los trabajadores de las distintas áreas de esta casa de salud. Este tipo de análisis en muchas ocasiones suele ser presentado de forma estadística. Son pocos los estudios de comunicación interna que se han realizado a centros de salud de este país. El estudio de la comunicación interna se realizará, a partir de los comportamientos de los trabajadores del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia del IESS, donde se logrará llegar a la situación real de los diferentes factores que conlleva a un bajo uso de los canales internos de comunicación.

El Hospital del Día Sur Valdivia cuenta 299 empleados, distribuidos en 14 áreas, conformados por personal administrativo y médico. El análisis se realizará a los trabajadores de las diferentes áreas de la casa de salud, para conocer, analizar y diagnosticar la situación actual de la comunicación interna.

Pregunta del problema global

¿Cuál es la situación actual de la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia?

Pregunta específica

¿Cómo se desarrolla la comunicación interna en el Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia?

¿Cuál es el conocimiento de los canales de comunicación internos del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia?

¿Cuál es la valoración de los canales de comunicación internos del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia?

Objetivo General

- Analizar la situación actual de la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia.

Objetivos Específicos

- Sistematizar los autores que se refieren a la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia.
- Describir el sistema de comunicación interna que maneja el Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia.
- Diagnosticar la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia.

Revisión de la literatura

Concepto de comunicación

Es evidente la importancia del estudio y aplicación de la comunicación en la actualidad, puesto que busca ayudar a mejorar la capacidad de perfeccionamiento de las organizaciones, así como también el proceso de adaptación al cambio definiendo factores que aportan a sus posibilidades de supervivencia en los tiempos que corren.

El término comunicación “se deriva del latín communicare, que significa compartir algo, poner en común; se podría decir que, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación

que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo" (Julián Pérez Porto, 2008). Para Trelles la comunicación es:

> "el sistema que posibilita la construcción de significados compartidos mediante la interacción en función de objetivos comunes, y con ellos el aumento de motivación y participación de los públicos, la formación de hábitos de autodisciplina y exigencia en las empresas. Los procesos comunicativos en las empresas e instituciones son la esencia de la actividad organizacional y el proceso básico del que otras funciones se derivan." (2002, pág.12).

¿De qué se habla cuando se quiere entender el concepto de comunicación?

Los primeros conceptos o definiciones que históricamente se obtuvieron se refieren a dos términos convicción y entendimiento, que no están relacionados del todo, pero cada uno identifica y emplea diferentes métodos comunicacionales.

Convicción o persuasión es el movimiento y resultado de convencer o persuadir y convencer lo relacionamos como inducir, incitar, obligar a uno a con motivos o argumentos a creer o hacer una cosa. Por entendimiento personificamos a la capacidad de entender y comprender los que nos comunican o lo que tratamos de comunicar, así como también la facultad de lograr un acuerdo entre las partes implicadas. Puesto que comprender como término expresa la capacidad de hacer saber que entiendes al otro (Real Academia Española de la Lengua, 2000).

La definición de comunicación que se refiere a la convicción o persuasión es la que históricamente tomó más sentido en lo que va del siglo IV antes de nuestros tiempos, con Aristóteles, en el siglo XX con los sociólogos de Estados Unidos.

Aristóteles (1968), define la idea de la comunicación enlazando la retórica con la habilidad de explorar la verdad en su libro Retórica, ya que afirma que "no conviene convencer a nadie

de las cosas reprobables, sino para que no nos pase por alto cómo es y para qué, cuando otro se sirva injustamente de estas mismas razones, sepamos deshacerlas". Y agrega:

"Así, pues, que la retórica no es de ningún género definido, sino que es como la dialéctica, y que es útil, es evidente; y que su fin no es persuadir, sino considerar los medios persuasivos para cada caso, como en todas las demás artes" (Aristóteles, 1968, pág.34).

Publicaciones Vértice S.L. (2008) indica que "la "comunicación es la facultad de todo ser vivo para transmitir informaciones, vivencias y sentimientos a otros".

Chiavenato (2007) en cambio afirma, que la información intercambiada entre personas define al término comunicación, este proceso es esencial para el ser humano, y se lo lleva a cabo a través de códigos o señales por medio de un canal hacia el receptor, donde se descifra y analiza su significado. Para que se dé esta comunicación verbal se hace uso del lenguaje y se lo refuerza con elementos comunicativos no verbales como los gestos, señales y símbolos.

Tener destrezas tanto orales como escritas son importantes en la actualidad para conseguir puestos en las organizaciones, una persona que tenga estas destrezas puede realizar funciones de manera eficiente en todos los ámbitos, tener la habilidad de saber escuchar ayuda a un óptimo proceso de comunicación, y evita inconvenientes en la comprensión del mensaje y sobretodo errores de comunicación, tener en las organizaciones personas con esas capacidades mejoran la colaboración y ayudan a que los objetivos de la empresa se cumplan de manera eficaz y eficiente. (Hersey, Blanchard y Jonson, 1998 pp. 338-339).

Desde siempre los seres humanos usan la comunicación como una utilidad para entender, comprender e interpretar el significado de las cosas, los seres humanos tienen la necesidad de estar en constante comunicación o relacionándose en alguna cultura o medio; "La

comunicación, entonces, constituye la esencia de la cultura, de la empresa, de la vida misma" (Arrugo, diciembre 2001).

"La comunicación eficaz requiere respuestas que demuestren interés, comprensión y preocupación y además depende de las siguientes formas de mensaje tal como lo señala Hersey" (1998).

Interpretando y analizando el término comunicación en los párrafos anteriores, "La comunicación es un proceso básico de la organización. Constituye el "sistema nervioso que da cohesión a las organizaciones y permite cooperar y coordinarse a sus miembros" (Degot, 1988). Por lo tanto, es algo fundamental en todas las organizaciones.

En la última década la comunicación ha logrado ganar espacio en las organizaciones, a través de las decisiones de los directivos, quienes han realizado esfuerzos por gestionar con eficacia y así llegar a todos los miembros de la empresa, estableciendo los distintos niveles de la misma. La comunicación es un fenómeno que tiene lugar cuando hay "interacción recíproca entre dos polos de la estructura racional (emisor – receptor)" produciéndose la denominada "ley de bivalencia, en donde todo transmisor puede ser receptor y todo receptor puede ser transmisor". (Pasquali, 2009).

El valor de la comunicación se ha transformado dinámicamente, ya que con el pasar del tiempo y las necesidades de las personas de encontrarse comunicados siempre se busca que la información está fluyendo constantemente y rápidamente. Con este proceso dinámico de comunicación. La tecnología como Internet, comunicación satelital, telefonía han cumplido una función muy importante como herramientas para que cada día haya una mejor comunicación.

En la opinión de este autor, la comunicación es el desarrollo de un proceso que permite manifestarse y saber más de uno mismo, de los demás y del mundo en que se vive. Los seres

humanos, hoy en día, buscan tener esa interacción o relación con las personas a través de los muchos medios por los cuales se pueden comunicar y relacionar. Al respecto, David Berlo, (2012), afirma que:

> "al comunicarnos, tratamos de alcanzar objetivos relacionados con nuestra intención básica de influir en nuestro medio, ambiente y en nosotros mismos; sin embargo, la comunicación puede ser invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes"

Esto en la práctica se puede generar porque existen organizaciones e individuos en la actualidad que no comprenden la importancia de la comunicación y ponen barreras y obstáculos para su implementación.

García, (2007) señala que en la comunicación pueden existir tres barreras u obstáculos: físicas, personales y semánticas.

Barreras físicas, son los entorpecimientos en el medio ambiente en el que se desarrolla el proceso de comunicación. Muestra de ellas son un trabajo que distraiga, el trecho físico, un canal repleto, paredes entre la fuente y el destino, ruidos estáticos en la línea telefónica y otros.

Barreras personales, son interrupciones que proceden de las limitaciones, emociones y valores humanos de cada individuo. Las barreras más frecuentes en la labor son las malas conductas al escuchar la motivación, las emociones y los sentimientos personales. Las propias barreras pueden limitar o deformar la comunicación con las demás personas.

Barreras semánticas, son limitaciones que se realizan por medio de los símbolos a través de la cual se da la comunicación. Las palabras o muestras que se dan en el proceso de

comunicación como símbolos, señas o gestos que realizan las personas, logran tener conceptos desiguales para quienes se encuentra participando en el proceso comunicativo, y llegar a distorsionar su significado. Las diversidades lingüísticas forman distintas semánticas entre los individuos. Estos tres tipos de barreras se despliegan al mismo tiempo, lo que causa que el mensaje se filtre, bloquee o distorsione.

La comunicación ha sido enfocada desde distintas disciplinas y todas lo han hecho desde su punto de vista que su objeto de estudio reconoce. La Lingüística lo califica que sobre todo es lenguaje, para la biología es genética, por la trasmisión de características, para la neurofisiología es sensorial, por los múltiples vínculos simpáticas del cerebro, podemos ir nombrando distintas disciplinas. Manteniendo estas diferencias de las disciplinas antes mencionadas, todas le han dado a la comunicación la misma orientación, que es de transmitir y conectarse.

Desde la perspectiva de los autores estudiados, la comunicación es un acto, ya que se manifiesta por medio de una acción, a manera de objeto ya que tiene un propósito y como medio porque se despliega por intermedio de una vía. Este análisis trasmite la imagen de cómo se desenvuelve la comunicación, donde es un proceso creador de interacciones entre emisores y receptores de información.

Al analizar todas las aportaciones, se está de acuerdo en que para que exista la comunicación, debe haber correlación entre quienes intervienen, Según Antons, “la comunicación es –recogiendo las palabras de Hartley y Hartley (1969)- el auténtico vehículo del acontecer social, y por tanto uno de los conceptos esenciales de la psicología social y la dinámica de grupos” (Ongallo, 2000, pág.13).

Desde este enfoque la comunicación puede ser comprendida como un proceso donde siempre se emite información a través de un comunicador, y de una opinión o percepción a lo comunicado por el emisor.

Para los fines de este estudio el rol social de la comunicación que menciona Antons, es importante dado que los mensajes o comunicaciones que internamente se generan pueden ocasionar un buen o mal clima organizacional.

La comunicación en los seres humanos se desenvuelve en cualquier entorno de su accionar, realizando excesivos procesos y generando experiencias sociales. Uno de esos ámbitos es indispensablemente las organizaciones y dentro de estas, una significativa área de desempeño laboral, donde lo constituye la comunicación organizacional.

Comunicación Organizacional

Desde la primera mitad del Siglo XX, las organizaciones empiezan una transformación caracterizado por el avance y desarrollo de vínculos entre diferentes disciplinas.

Capriotti, manifiesta que:

> La organización es un ser vivo, tiene un 'cuerpo', tiene una historia, evoluciona y cambia, vive en un entorno determinado con el cual se relaciona, siendo la organización modificada por la acción del entorno, a la vez que ella actúa sobre el entorno con su evolución y cambia. El reconocimiento de esta situación ha hecho que la organización tenga necesidad de comunicarse por sí misma, buscando su integración no ya económica, sino social con el entorno (1992, p.15).

En el presente, la comunicación organizacional, la comunicación de doble vía, busca conseguir a través de los públicos la imagen anhelada de la organización, transmitiendo su cultura, visión, y así también recibiendo la información y retroalimentación de la colectividad en la que actúa. Esto posibilita la opción de obtener la información de su entorno, y así ayudar a conocer las actitudes y opiniones alrededor de la empresa, que pueden llegar a ser positivos o negativos, pero van a contribuir a obtener un criterio más eficaz al momento de definir objetivos.

Las organizaciones, hoy en día, están empezando a entender que la comunicación, es demasiado diversificada y compleja dado que existen muchos medios a través de los cuales la sociedad puede llegar a comunicarse.

Avilia Lammertyn inidca:

> "Las comunicaciones institucionales van siendo aquellos procesos que fluyen vertical, horizontal y oblicuamente hacia adentro o hacia afuera de una organización, por medio de las cuales las personas integrantes se relacionan entre sí, intercambiando mensajes en busca de armonía y homeostasis". (1997, p.157).

Existen organizaciones que en la actualidad, emplean un modelo comunicativo donde intercambian y comparten experiencias, así como los empleados de las empresas y los grupos que la conforman, en el cual interactúan entre ellos en igualdad de condiciones, gracias a esta comunicación, buscan lograr los objetivos de la empresa.

La comunicación en las empresas como conducta, florece en los años 70 con el propósito de averiguar e indagar cómo funcionaba la comunicación en las instituciones, empresas u organizaciones. Desde esta figura la comunicación organizacional es un instrumento

estratégico para el conocimiento de las relaciones entre las organizaciones y su ambiente laboral.

En el presente, la comunicación en las empresas se ha vuelto mucho más relevante a nivel nacional e internacional, las instituciones se están dando cuenta que tener una buena comunicación entre los empleados, puede generar mayor crecimiento organizacional. Los principales encargados de la comunicación dentro de las organizaciones, deben tener en cuenta una serie de elementos a la hora de iniciar un proceso de comunicación, que influyen en la percepción, la personalidad, las emociones de cada individuo a su vez que aporten aprendizaje, satisfacción laboral, etc. (Contreras,2012)

Es necesario entender o comprender todo lo que la comunicación organizacional representa y se pudo obtener los siguientes conceptos; es "el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio", se puede entender también como el grupo de "técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos." (Fernández Collado, 1997, pág.30)

Por su parte, Gómez indica que:

> La comunicación es el fluido vital de una organización, si en alguna forma se pudieran eliminar los flujos de comunicación en una organización, no tendríamos organización. La comunicación penetra a todas las actividades de una organización, representa una importante herramienta de trabajo con la cual los individuos entienden su papel en la organización e integra los departamentos organizacionales. (2007)

Con base en esto, se puede indicar que la comunicación organización se presenta en 3 formas diferentes.

El autor David K. Berlo lo presenta "como un proceso social fundamental", es decir, que la comunicación organizacional se desarrolla como un proceso de intercambio de mensajes entre los diferentes individuos que pertenecen a una organización.

También se presenta como una disciplina, que describe el conocimiento humano que ayuda y es parte del proceso de la comunicación que se da en las organizaciones. Por último, como un universo de técnicas e instrucciones con el objetivo de crear una estrategia que ayude a que el proceso de comunicación dentro de las organizaciones sea más ágil entre sus miembros, y así la comunicación organizacional se clasificará en dos, una comunicación entre los miembros internos de la organización (comunicación interna) y la comunicación para el público externo (comunicación externa). Este estudio se basará en la comunicación interna.

Horacio Andrade Rodríguez de San Miguel enfatiza tres conceptos de la comunicación organizacional:

En primer lugar, como el intercambio de mensajes entre los integrantes de una organización, entre toda la organización y sus diferentes públicos.

En segundo lugar, se refiere a la comunicación organizacional como los procedimientos que ayudan a estudiar el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones.

Y en último lugar, todas las metodologías y acciones enfocadas a proporcionar y acelerar el flujo de los mensajes entre sus miembros, así como ser capaz de cambiar las opiniones, maneras y direcciones de los públicos internos y externos de la organización para que sea factible llegar a cumplir con sus objetivos.

Según Andrade, “el nacimiento y fortalecimiento de la Comunicación Organizacional durante las últimas tres décadas, como un área de estudio y funcional de la compañía, es la mejor prueba de que la comunicación es de vital importancia para las organizaciones”. (2010, pág. 120).

Mientras que Castro complementa afirmando que,

> “la Comunicación Organizacional es uno de los componentes primordiales en el funcionamiento de las empresas, es un elemento clave en la organización y de un papel fundamental en el mantenimiento de la institución. Su funcionalidad es posible gracias al intercambio de datos entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre las partes se establecen patrones propios de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, donde cada persona realiza un rol comunicativo” (2012, Pág,65)

En complemento, el autor Rebeil, considera a la Comunicación Organizacional como un “proceso mediante el cual un individuo o una de las unidades de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra unidad”. (2010, págs. 87,88)

Considerando las ilustraciones de los autores expuestos en los párrafos anteriores, sus razonamientos se forman fundamentando a la Comunicación Organizacional como una herramienta, proceso o mecanismo importante para el funcionamiento de las compañías. Para Castro y Rebeil tener una buena comunicación se ha convertido en uno de los objetivos principales de las empresas, y así lograr una mejor correlación comunicativa entre clientes internos y esto se refleja hacia los públicos externos.

Según Avilia Lammertyn (1997), la comunicación organizacional está formada por comunicación interna, y comunicación externa, siendo esta última la más utilizada en

Relaciones Públicas por sus numerosos y variados canales y son las que conectan a la organización con aquellos que, si bien no pertenecen a la misma, se vinculan con algún fin en común.

Comunicación externa

La comunicación externa proyecta a una institución y resulta clave para determinar el éxito o fracaso de todas y cada una de sus iniciativas. Por ello, es importante desarrollar políticas de comunicación bien posicionadas capaces de resultar efectivas, contribuyendo a mejorar la imagen de la institución a la sociedad.

En la actualidad la comunicación externa se ha transformado en una de las principales herramientas de trabajo de cualquier organización, ya que a través de ella se muestra al mundo exterior a la empresa, y además ayuda a mantener las relaciones con los diferentes públicos externos de la organización.

> Los públicos externos o extra-institucionales son aquellos individuos o sistemas sociales que forman parte del medio ambiente externo del sistema institución y que lo afectan y/o son afectados por él, en mayor o menor grado, en función del logro de los objetivos de ambos (institución y públicos)" (Muriel y Rota, 1980, pág. 305).

Para analizar la comunicación externa se buscó analizar la perspectiva de ciertos autores, como la de Rixio Portillo (2012), quien afirma que la comunicación externa "es la comunicación dirigida de forma masiva a los públicos que no se encuentran en la organización; consiste en relacionarse al mismo tiempo con un gran número de receptores, mediante la utilización de los medios masivos, limitando de alguna manera la posibilidad de interacción directa entre el emisor y receptor (pág. 3)".

Dicho de otra forma, describe a las personas que no son de la organización, pero con los que tiene relación como clientes, proveedores, etc. En este aspecto coincide Brandolini, al indicar que "La comunicación externa es la que está dirigida al público externo de la organización, es decir, a todos aquellos con los que la organización tiene algún tipo de vínculo, sin formar parte éstos de la compañía". (2009, pág. 12)

Este público externo al que se refieren los autores y con los que se busca según Andrade obtener una imagen favorable o a promover sus productos o servicios, abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas o Publicidad. (2005, pág. 17)

A través de la comunicación externa los profesionales de las relaciones públicas hacen uso de todas las acciones a su disposición para satisfacer las necesidades comunicativas de sus públicos. Este tipo de acciones, llamadas tácticas, se corresponden con iniciativas específicas para gestionar los obstáculos que se presentan en el proceso de comunicación. Iniciativas para responder en circunstancias inmediatas. (Xifra, 2007). Xifra indica que "Podemos afirmar que toda táctica es una técnica aplicada en un momento determinado para satisfacer necesidades comunicativas de los públicos aparecidas en un escenario no previsto en el momento de iniciar el proyecto de las relaciones públicas" (2007, pág.14).

Hoy en día el profesional se nutre desde las acciones más tradicionales, así como de las modernas técnicas que van apareciendo. Cada cual actuando para una situación comunicativa específica. El presente está dominado por la globalización comunicacional, en la que la tecnología presenta todo el tiempo, nuevas propuestas para transmitir la inmediatez de los contenidos. Brinda la posibilidad de aumentar los conocimientos sobre las distintas expectativas y necesidades comunicativas de los diferentes públicos, y amplía la visión más allá de la sociedad. Para hacer uso de estas acciones y enviar los mensajes puertas afuera de la institución se necesita analizar y planificar profundamente a la comunicación.

Dentro de la comunicación externa, Annie Bartoli distingue tres tipologías:

Comunicación externa operativa: Se trata de la comunicación vinculada con la actividad y desarrollo diario de la compañía, que se produce con todos los públicos de la organización.

Comunicación externa estratégica. El objetivo de este tipo de comunicación externa es obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas, estado del mercado.

Comunicación externa de notoriedad: Esta forma de comunicación externa es la que habitualmente se asocia con el término, haciendo referencia al flujo de información, con el que la compañía trata de dar a conocer sus productos y servicios y mejorar su imagen y reputación.

Una vez entendido el concepto, es posible deducir que los diferentes tipos de comunicación externa tienen un solo objetivo y es cuidar la imagen de la empresa, dándola a conocer al público externo desde todos los ámbitos necesarios para que pueda conseguir los objetivos planteados. Un buen plan de comunicación externa ayudará a saber cómo actuar, pero sobre todo cómo comunicar de forma correcta lo que ocurre en la empresa, inclusive si se da una noticia negativa o una crisis, se sepa cómo dar a conocer al público externo que se está trabajando en una posible solución lo antes posible, así siempre los empleados y el público exterior se sentirán tranquilos de que existirá transparencia por parte de la empresa en las notificaciones y comunicaciones.

Comunicación interna

La comunicación interna en las organizaciones, en la actualidad está ganando espacio poco a poco en las empresas, no como debería, pero se ha logrado entrar en las mismas con más fuerza y obteniendo resultados positivos en las instituciones.

En este estudio lo que se quiere lograr es analizar, diagnosticar y describir la comunicación interna que maneja el Hospital del día Sur Valdivia, por esta razón es necesario analizar ciertos conceptos de distintos autores que ayudarán a obtener los resultados esperados en esta investigación.

> Son los procesos que se realizan hacia lo interno de la organización, en los que toman parte como actores los diferentes integrantes del público interno. Mediante este proceso se coordinan las acciones fundamentales que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se realizan cambios, se orientan conductas interpersonales, y se construyen valores de la cultura organizacional. Posibilita la estabilidad necesaria para el funcionamiento de la organización e influye como facilitador de los cambios necesarios que el desarrollo impone." (Trelles, 2002, pág.46)

Según Pizzolante, (2004) la comunicación interna precisa contextos en donde dos o más personas intercambian y comunican elementos, opiniones, ideas y sentimientos de la empresa con visión global.

La comunicación para los individuos es indispensable, ya que esta es uno de los elementos principales para que las personas de las empresas puedan realizar y desarrollar su trabajo de una manera eficiente, para que el personal de una organización pueda identificarse con los objetivos de la empresa, deben conocer sus políticas, su misión, su visión y poder con estos elementos poder poner en marcha la gestión de la institución. Para esto, es importante el intercambio de información entre los miembros de una empresa para poder desarrollar y conocer las virtudes y debilidades de la misma y partiendo desde este punto generar estrategias para mejorar el funcionamiento de la empresa.

En complemento, García (2007) manifiesta que la comunicación interna es la que se origina dentro de la organización, y que está predestinada al ámbito interno que compone al propio personal, los directivos, accionistas, y demás grupos de la empresa, los cuales pueden comunicarse por medio de diferentes canales internos de comunicación.

El estudio de la comunicación interna es fundamental para el crecimiento de la empresa, los directores y los empleados serán quienes toman decisiones en las organizaciones, desde el puesto más bajo hasta el más significante. En este contexto Gates dice:

> Ganar o perder dependerá de cómo captemos, gestionemos y utilicemos la información. Los ganadores serán los que desarrollen un sistema nervioso digital de categoría mundial, de manera que la información circule con facilidad en sus empresas y se maximice constantemente el conocimiento.

El autor menciona sobre propagar el conocimiento, el beneficio, de analizar, procesar datos, de todas las ventajas que ofrece la tecnología digital.

En opinión del autor, este reto es mayor en las instituciones públicas, debido a que en estas empresas hay personal de carrera que lleva mucho tiempo ocupando estos puestos, pero no debe ser imposible generar en ellos esa intriga de conocer estas herramientas que fortalecerán sus conocimientos y mejorarán la organización desde cada puesto de trabajo.

Por tanto, las herramientas Web 2.0 obtienen un impacto generalizado en la humanidad; permiten a las personas crear, describir, publicar, buscar, colaborar, compartir y comunicar el contenido en diferentes formas (Tripathi y Kumar, 2010)

La Web 2.0 llegó con diversos cambios para el mundo de Internet, donde los consumidores toman la parte más activa en la creación de contenidos y transmisión de la información. Las

aplicaciones de Internet han traído una nueva forma de entender la comunicación en Internet (Rubio et al., 2009).

Las herramientas Web 2.0 es la oportunidad que tienen hoy en día las empresas para poder implementar, posicionar y generar una buena imagen corporativa, comenzando a utilizar desde sus empleados, utilizando canales de comunicación apropiados donde todo el personal tenga la oportunidad de utilizarlos y generando los objetivos de las organizaciones.

Clima Laboral

Llaneza, (2009) expone que el clima laboral es la valoración de los elementos que forman la cultura de una organización, de cierta manera es proporcionado por los integrantes de la empresa. Donde en ciertas ocasiones la apreciación errónea puede generar situaciones de estrés dentro de la misma. La importancia de este enfoque, es el colaborador de la organización, donde su proceder no es el resultado de las situaciones de trabajo, sino que obedece a las apreciaciones que tenga el colaborador de estos elementos, donde pueda comparar la interacción entre personales y organizacionales.

Por su parte Chiavenato, (2010) concuerda que el clima laboral es la participación del entorno habituado por los integrantes de la organización en su comportamiento. El concepto sobrelleva un elemento que se entiende que el clima laboral trasmite a la percepción de los que conforman la organización, por lo que se puede tomar en consideración un origen diferente de información del personal de una organización.

El clima laboral actualmente en las organizaciones debería ser estudiado con responsabilidad, ya que permite generar dentro de la empresa una mejor relación interpersonal entre los empleados y grupos de trabajos, donde se pueda fomentar elementos positivos de la institución.

Ancín y Espinosa (2017) en su estudio titulado “La relación entre la comunicación interna y el clima laboral”, abordaron la relación existente entre las variables comunicación interna y clima laboral de las PYMES de la ciudad de Guayaquil. Aquí se analizó la retórica de la comunicación interna, conceptos, orígenes, tipología, su influencia en la cultura organizacional, identidad, imagen y clima laboral. Las deducciones que se obtuvieron de la correlación de Pearson, es que existe una relación imponente entre la comunicación interna y el clima laboral.

Teniendo como referencia el estudio en el párrafo anterior, es sensato afirmar que las organizaciones deben tomar en cuenta lo que está pasando dentro sus empresas, para poder tener claro cómo se sienten sus grupos de trabajo, y que desde este punto se pueda formar una base para llegar a los objetivos y metas de cada institución.

Flujos de comunicación

El autor Fernández, indica que los flujos de comunicación son basados desde el punto de vista comunicacional a nivel interno de las instituciones. (2010, pág. 93)

Los flujos de la comunicación poseen su origen interiormente de las organizaciones de acuerdo a las distribuciones formales históricas, “dentro de una empresa es indispensable que la comunicación fluya en distintas vías, desde un nivel jerárquico menor a uno más alto, así como hacía los niveles jerárquicos de los lados.” (Bedoya, 2004, pág. 88).

Los flujos de comunicación dentro de una organización, debe ser uno de los aspectos más importante de una empresa, para poder llevar a cabo una comunicación interna con la dirección correcta, en el cual los grupos de trabajo deben comunicar y desarrollarse de una manera que todos puedan integrar opiniones desde los directivos de una organización hasta los grupos de trabajo de menor nivel jerárquico, para que puedan establecer los diferentes puntos de vistas

de los distintos sectores de una empresa y poder generar soluciones que conlleve a los objetivos de una institución.

Habitualmente los flujos de comunicación se dividen en diferentes direcciones permitiendo que la información, opiniones y conocimiento se trasmita por todos los integrantes de una empresa, los flujos de comunicación la mayoría de ocasiones son establecidos por el organigrama institucional de cada organización, según Robbins (2004), "puede ser de tres tipos dependiendo del sentido en el que se presente el flujo de comunicación: descendente ascendente y horizontal" (pág. 45)

Flujos de Comunicación Descendente

Es de tipo vertical, donde la comunicación es hacia abajo, partiendo del organigrama de la institución.

Robbins afirma:

> Los líderes y gerentes, la utilizan para asignar metas, dar instrucción sobre el trabajo, informar a los empleados de las políticas y procedimientos, señalar problemas que necesitan atención y proveer retroalimentación acerca del desempeño" (2004, p.p. 353 - 354).

Este flujo de comunicación es en una dirección solamente, los directivos o jefes de cada equipo dan las tareas e indicaciones en la mayoría de veces, sin requerir la opinión o sugerencia de los trabajadores de la empresa.

Este tipo de flujo de comunicación descendente (como lo menciona Robbins) es donde los directivos se dirigen e informan a sus grupos de empleados, el reto que se debe tener claro es la manera y la forma de cómo se lo hace, es ahí donde se debe trabajar y desarrollar estrategias

de comunicación para poder tener una mejor acogida de los trabajadores y se sientan comprometidos con las indicaciones e información dada por los cargos de nivel superior jerárquico.

Flujos de Comunicación Ascendente

Este flujo de comunicación poseerá trascendencia y valor cuando los directores de las instituciones tengan una cultura de organización y lo permitan, "un estudio de 2006 reveló que casi dos terceras partes de los trabajadores afirmaban que su jefe rara vez o nunca solicitaban su consejo". (Andrade 2005, pág. 354).

Es significativo, que los directivos de las organizaciones estén siempre enterados de las comunicaciones que genera el público interno y estar atento de sus ideas, problemas, opiniones y su trabajo que realizan a diario, donde el reto es identificar los aspectos positivos y con base en esto tomar las acciones pertinentes para lograr los objetivos de las empresas. "Los gerentes también dependen de la comunicación hacia arriba para tener ideas de cómo mejorar las cosas" (Robbins, 2004, pág. 355).

Las organizaciones que generan este tipo de comunicaciones, tratando de romper esa barrera en los trabajadores de carga laboral, falta de predisposición con los grupos de trabajo, son algunos de los aspectos que pueden tener los jefes de áreas. Pero si llevan una buena comunicación entre directivos, líderes de área y grupos de trabajo desarrollaran una ventaja al tener la colaboración y consejos de sus empleados.

Según Robbins (2004), el flujo de comunicación ascendente tiene los siguientes elementos:

Entrevista, es la reunión de dos personas que sirve para reportar avances, manifestar inquietudes, entre otros. **Sección en el periódico interno**, aquí los colaboradores pueden tener un espacio para manifestar sus puntos de vista. **Por correo**, esta es la herramienta más

usada para la comunicación, debido a su facilidad de empleo. **Buzón de sugerencias**, se pueden expresar opiniones y sugerencias de forma anónima. **Intranet,** esta herramienta sirve para que cada colaborador pueda compartir información relevante con toda la red privada de colaboradores.

Flujo de Comunicación Horizontal

El autor Fernández:

> La Comunicación Horizontal es aquella que se establece entre miembros de un mismo nivel jerárquico. Pueden ser entre departamentos, grupos o de forma individual, no hay presencia de autoridad y sirven para agilizar la estructura organizativa. Ese tipo de información se puede obtener a través de juntas, informes, asambleas, etc. Se da entre los empleados de un mismo nivel jerárquico. (2010, pág. 93)

Este tipo de comunicación es utilizado para:

· Coordinar las actividades de los distintos empleados o departamentos de la empresa.

· Resolver problemas de un departamento.

· Tomar decisiones en las que tengan que intervenir varios departamentos.

Este flujo de comunicación es de forma bidireccional, donde se manifiesta entre un mismo nivel jerárquico, es un flujo de comunicación donde se pone en práctica el funcionamiento y direccionamiento entre los equipos de trabajo de la institución, donde se genera un intercambio de reflexiones y experiencias entre cada área o grupo de trabajo dentro de la organización.

Al presente, prexiste un aumento de tendencia mediante el cual se impulsa el flujo de comunicación horizontal en las comunicaciones y García (1998) presenta tres razones:

- Anima a la organización creando un ambiente abierto, no reduce la comunicación a ciertos circuitos preestablecidos.
- Se adecua mejor que ninguna otra a estructuras con pocos niveles jerárquicos facilitando la descentralización y delegación de funciones.
- Es del tipo de comunicación que hoy propician nuevas tecnologías de redes digitales y servicios integrados que han superado las limitaciones espaciales donde permiten una comunicación horizontal no solo con áreas de la empresa que no se encuentran en el mismo espacio físico sino también lo conecta con un mercado virtualmente global" (pág. 225).

Los flujos de comunicación, que se mencionaron en los párrafos anteriores son elementos que existen actualmente en las organizaciones, donde no todas son aplicadas de la mejor manera. Es un desafío para las empresas, especialmente para los directores de las mismas, conectar con los diferentes grupos de trabajo de una manera que se pueda lograr una retroalimentación de información de todos los trabajadores que forman parte de una institución. Para esto, es importante conocer los diferentes canales de comunicación que se puede emplear en una organización para poder lograr los objetivos deseados de la misma.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación interna en las organizaciones son los que tienen como propósito, tener informados, conectados de las diferentes actividades que se realizan en las empresas. Michael Ritter manifiesta que existen dos tipos de canales de comunicación interna:

Canal formal: son los que "constituyen por el conjunto de vías establecidas por donde circula el flujo de información relativo al trabajo entre las diversas poblaciones de la empresa y tiene como objetivo "bajar líneas". Los canales de comunicación formal son: los memorandos, correo electrónico, carteleras, los manuales y reglamentos, la revista interna o la intranet.

Canal informal: El canal informal de comunicación interna es "cuando no hace uso de ningún medio institucionalizado" El autor expone un modelo de esta comunicación "una cena en casa del jefe a la cual hemos sido invitados con nuestra esposa o esposo" (2008, pág. 21).

Por otro lado, el canal de comunicación obedecerá a las particularidades del mensaje que se quiera trasladar. Cannon y Homburg (2001), lo importante para poder lograr una comunicación eficiente es concordar la información con el tipo de inconvenientes a tratar." Así, cuando las cuestiones sean complejas, no estandarizadas e impredecibles, se prefieren los modos de comunicación más ricos, mientras que los problemas más rios se tratan mejor con modos menos ricos que son más eficaces y eficientes" (Daft y Lengel, 1986). Bartlett y Ghoshal (1992) indican: "Aunque la información más rutinaria puede administrarse a través de sistemas formales, el medio clave para la generación y difusión del conocimiento esencial es mediante el contacto personal".

Las organizaciones actualmente poseen canales de comunicación formales e informales, estos incluidos en cada uno de las empresas según su tipo de negocio. Los formales son los que ya están siendo utilizados en las instituciones, ya poseen una formalidad administrativamente hablando, esto no quiere decir que estos canales se los utiliza de la manera correcta, por tal razón en ciertas ocasiones los grupos de trabajo encuentran canales informales para poder comunicarse.

Los canales informales son los que no están formalmente establecidos por las organizaciones o reconocidos por la misma para trasladar información. Estos canales la mayoría de veces son de mayor consumo por parte de los grupos de trabajos, ya que se emplean desde la propia inercia del ser humano de relacionarse, donde en la actualidad uno de los más utilizados es el Whatsapp, Telegram etc.

A continuación, se exponen varios de estos canales:

Tabla 1

Canales de Comunicación

Formal	Informal
Correo electrónico	Teléfono
Teléfono	Rumor
Memorandos	Reuniones fuera de la empresa
Boletines	
Revista Interna	
Cartelera	
Reuniones (de área, o generales)	
Intranet	
Videoconferencia	
Manuales	
Comités	
Encuestas de opinión de los empleados	
Evaluaciones de desempeño	

Fuente:(Ritter,2008)
Elaborado por: Autor

Existe otro tipo de segmentaciones en cuanto a los canales de comunicación:

Tabla 2

Canales de Comunicación

Tradicionales	Tecnológicos
Cartelera	Intranet
Programas de intercambios	Blogs
Manual de políticas	E-mails/ Agenda electrónica
Manuales de procedimientos	Glosarios y guías de preguntas frecuentes
Reuniones de estrategias /actualización, toma de decisiones/Desayunos de trabajo	Foros
Encuesta de clima organizacional	Portales de e-learming
Balance social/ reporte de sostenibilidad	Buzones electrónicos de sugerencias e ideas
Casa abierta	
Actividades deportivas/ culturales	
Buzón de comunicaciones	
Memos/Circulares	
Folletos	
Cartas de bienvenida	
Capacitaciones/Talleres/ Seminarios	

Fuente: (Brandolini A, 2009)
Elaborado por: Autor

Los canales de comunicación mencionados en los párrafos anteriores evidencian las formas en que se puede comunicar dentro de una organización. En este estudio que se va analizar la situación actual de la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia, estos conceptos e interpretaciones de los diferentes autores antes analizados permiten identificar los canales de comunicación que utiliza el Hospital Sur Valdivia dentro de su organización. Desde este punto se puede concluir que, siendo una

institución pública, ya están establecidos (de cierta manera) los canales de comunicación formales e informales, que se van ir analizando a lo largo de este estudio.

Método de investigación

Historia del Hospital del Día Sur Valdivia

El Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia fue fundado el 24 de julio de 1990, 29 años desde su creación, en la actualidad este hospital de salud se encuentra ubicado en la av. 25 de julio y callejón napo s/n. Este hospital cumple una orientación integral, individual y familiar, donde está categorizada en un hospital de II nivel del servicio de salud.

Debido a la re-categorización de los Centros de Salud del IESS, desde año 2016 el Centro Clínico Ambulatorio Nro.213 Sur Valdivia cambió a Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio-Hospital del Día Sur Valdivia, desde ese año se inició con la ampliación e implementación de nuevos servicios en esta casa de salud acorde a la nueva tipología.

Esta casa de salud de nivel 2, en su cartera de servicios ofrece las siguientes atenciones: laboratorio, imágenes (Rx), farmacia, urgencias y ambulancia, esto en un horario de veinticuatro horas los siete días de la semana. Anestesiología, cardiología, cirugía general, coloproctología, dermatología, fisiatría y rehabilitación, gastroenterología, ginecología, medicina familiar, medicina general, medicina interna, medicina preventiva, médico a domicilio, médico ocupacional, nefrología, neumología, nutrición, oftalmología, odontología, otorrinolaringología, pediatría, psiquiatría, psicología, traumatología, urología, en estas especialidades la atención es de 06h00 a 22h00.

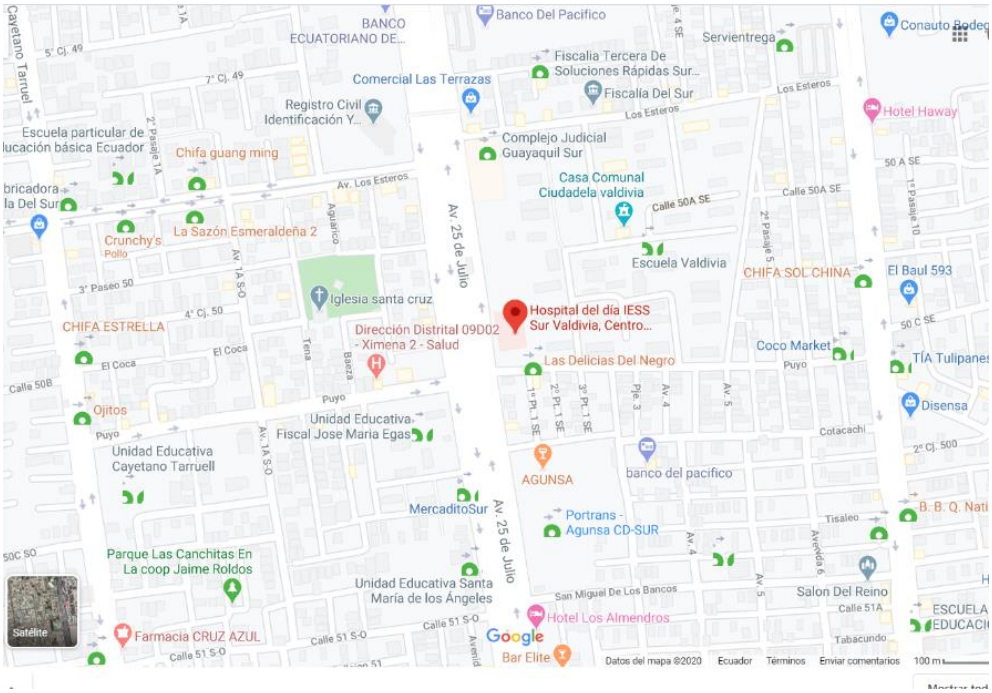
Situación Geográfica

El Hospital del día Sur Valdivia, es uno de los muchos centros de salud que confirma la red IESS, fue fundada hace más de 29 años cuando comenzó con sus actividades y servicio a los

afiliados, jubilados y población en general. Se encuentra ubicada en el sur de la ciudad de Guayaquil, Ecuador en la avenida 25 de julio y callejón napo s/n, la geografía de Guayaquil esta diferenciada por su posición costera en la región litoral de Ecuador.

Gráfico 1

Ubicación del Hospital Sur Valdivia



Mapa plano ubicación, Hospital del Día Sur Valdivia. Tomado de google map

Misión

Brindar atención médica con estándares nacionales e internacionales, para garantizar calidad y calidez a nuestros afiliados y beneficiarios de la Red Publica Integral de Salud contribuyendo al Buen Vivir. (Assaf & Giacoman, 2019, pág. 5).

Visión

Ser reconocidos como el Centro Ambulatorio líder, trabajando con procesos que nos permitan realizar mejoras continuas dinamizando la calidad con el servicio al asegurado, dando una atención optima con un completo cuerpo de médicos y especialistas; permitiéndonos ser una unidad de alta Resolución Técnica. (Assaf &Giacoman, 2019, pág. 5).

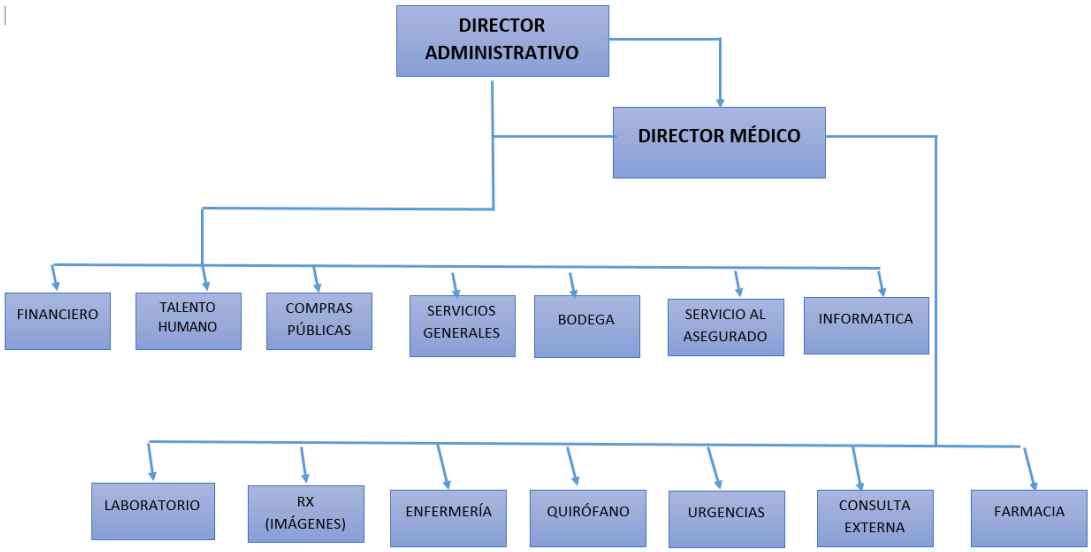
Organigrama

El organigrama se define como la "representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría" (Fleitman, 2000, pág. 246).

El Hospital del Día Sur Valdivia siendo jerárquicamente una organización administrativa, obedece de la Subdirección Provincial de Salud Individual y Familiar y está conformada por la Dirección Médica que ejecuta los procesos de atención médica y la Dirección Administrativa que lleva los procesos financieros y de adquisiciones para el funcionamiento de este centro de salud.

Gráfico 2

Organigrama institucional



Fuente: (Assaf &Giacoman, 2019, pág. 55).

Distribución y detalle del Hospital del Día Sur Valdivia

El Hospital del Día Sur Valdivia está conformada por 299 empleados, por ser una institución pública se manejan diferentes modalidades de contracción, dividido de la siguiente manera:

Tabla 3

Tipos de contrato del Hospital del Día Sur Valdivia

TIPOS DE CONTRATOS	NÚMERO DE PERSONAL
Contratos Ocasionales	158
Contratos Colectivos	11
Nombramiento Provisional	51
Nombramiento Permanente	79
Total	299

Fuente: Distributivo Talento Humano, Hospital del Día Sur Valdivia
Elaborado: Autor

Contratos Ocasionales: La LOSEP en su artículo 58 y el Reglamento de la LOSEP en su artículo 143, establecen que el plazo máximo de duración del contrato de servicios ocasionales será de hasta doce meses o hasta finalizar el ejercicio fiscal en curso, y podrá ser renovado por única vez hasta por doce meses adicionales en el siguiente año. (Losep, 2010).

Contratos Colectivos: Art. 220.- Contrato colectivo**. -** Contrato o pacto colectivo es el convenio celebrado entre uno o más empleadores o asociaciones empleadoras y una o más asociaciones de trabajadores legalmente constituidas, con el objeto de establecer las condiciones o bases conforme a las cuales han de celebrarse en lo sucesivo, entre el mismo empleador y los trabajadores representados por la asociación contratante, los contratos individuales de trabajo determinados en el pacto. (Codificación del código del trabajo, 2005)

Nombramiento Provisional: Art. 17, Clases de nombramientos, aquellos que se expiden para ocupar. (Losep,2010).

Nombramiento Permanente: Art. 17, Clases de nombramientos, aquellos que se expiden para llenar vacantes mediante el sistema de selección previstos en esta Ley. (Losep, 2010).

Es importante conocer qué tipo de contratos posee el personal del Hospital del Día Sur Valdivia, ya que con este resultado es posible identificar ciertos elementos importantes para la investigación.

De acuerdo a la revisión documental realizada, se puede analizar ciertos aspectos y elementos que influyen en el desenvolviendo de los empleados dentro de una organización, este es el caso de los tipos de contratos que se manejan en la institución pública, en este caso el Hospital del Día Sur Valdivia. De los datos obtenidos se refleja que 79 empleados registran nombramientos permanentes, donde la edad promedio es de 39 a 61 años, según la información obtenida por el área de talento humano de la institución.

Estos primeros datos constituyen un reto para enseñar, motivar a los empleados, actualizar sus conocimientos de los diferentes canales de comunicación con los que cuenta el hospital, que en la mayoría de casos no son utilizados y esto lleva en ciertas ocasiones a tener un retraso en las tareas y agilidad de poder entregar una tarea a tiempo. Es necesario indicar, que para los empleados que registran nombramientos permanentes en ciertos momentos tienen una negación a realizar ciertas tareas enviadas, por la razón "que no los pueden sacar" por tener este tipo de contratos.

La comunicación interna dentro de una organización es fundamental en este tipo de casos para poder llegar a estos empleados y poder sacar el mayor provecho de los conocimientos que tienen los mismos, es importante la capacitación, el trato, la comunicación para poder lograr los objetivos de la institución.

Áreas del Hospital del Día Sur Valdivia

El Hospital del Día Sur Valdivia, según el organigrama de la institución (figura 2), está formada por dos cargos jerárquicos superior. El Director Administrativo y el Director Médico, por el cual cada uno tiene funciones establecidas dentro de la institución.

De la información obtenida para esta investigación se obtuvo los siguientes datos de las áreas y personal que conforma el Hospital del Día Sur Valdivia.

Tabla 4

Áreas del Hospital del Día Sur Valdivia

Áreas Del Hospital Del Día Sur Valdivia	Personal
Director Administrativo	1
Director Médico	1
Financiero	10
Talento Humano	5
Compras Públicas	3
Servicios Generales	18
Bodega	3
Servicio Al Asegurado	18
Informática	2
Laboratorio	19
Imágenes	17
Enfermería	50
Quirófano	13
Urgencias	42
Consulta Externa	86
Farmacia	11
Total	299

Fuente: Talento Humano Hospital Sur Valdivia
Elaborado por: Autor

Problemática de la investigación

El Hospital del Día Sur Valdivia pertenece a la red del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social del Ecuador, la comunicación en el hospital desde su fundación, hace más de 29 años, no cuenta con un departamento de comunicación lo que dificulta la comunicación de los

mensajes así como el manejo de los canales y flujos de comunicación. Esto se traduce en una falta de interacción entre los directivos y empleados, ya que no se conocen o no se utilizan los canales de comunicación que existen dentro de la institución y se desconocen los flujos de comunicación.

En lo antes expuesto, también influye la composición del Hospital ya que tiene dos directores: administrativo y médico, está dividida por varias áreas de trabajo, entre ellos áreas administrativas y áreas médicas. Esta estructura dificulta la interacción entre las personas pertenecientes a ambas áreas.

De la información obtenida, la organización, registra algunos canales de comunicación que usan los empleados de la institución, como lo son el Quipux, correo electrónico, cartelera, infochanels, reuniones de áreas o generales.

Para este estudio se busca analizar y describir algunos elementos importantes que pueden llevar a obtener los resultados esperados de esta investigación. Entre ellos diagnosticar, analizar el conocimiento de los canales de comunicación que existe en el hospital, de qué manera lo manejan, si les es útil utilizar este tipo de canales para poder llegar a sus grupos de trabajos o directivos de la institución.

Alcance y límite de la investigación

Al ser una investigación de tipo **mixta y descriptiva**, desde la perspectiva metodológica de la investigación, se utilizarán tanto los paradigmas **cuantitativos como cualitativo:** el primero para evaluar la objetividad de la información obtenida; el segundo como modo de interpretación de las acciones que presentarán los empleados de las distintas áreas del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia.

Investigación de tipo Descriptiva

Para Tamayo (1998) la **investigación descriptiva**:

> Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque que se hace sobre conclusiones es dominante, o como una persona, grupo o cosa, conduce a funciones en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta. (pág. 54)

Investigación de tipo mixta

Sobre el **enfoque mixto**, Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que esta investigación:

> Representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o, al menos, en la mayoría de sus etapas agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques. (pág. 21)

En el mismo perfil de pensamiento, desde la propuesta por Di Silvestre, se manifiesta que: Se ha ido posicionando en la actualidad una estrategia de investigación que permite combinar la metodología cualitativa y la cuantitativa aun cuando estas, en el pasado, se han encontrado en posturas opuestas. Esta estrategia de investigación es la denominada "**multimétodos", "métodos mixtos", o "triangulación metodológica**", cualquiera sea su nombre ella apunta a la combinación de la metodología cualitativa y la cuantitativa. (pág. 71)

Los **enfoques cuantitativo, cualitativo y mixto constituyen** posibles elecciones para enfrentar problemas de investigación y resultan igualmente valiosos. Son, hasta ahora, las mejores formas diseñadas por la humanidad para investigar y generar conocimientos. (Hernández-Sampieri, 2003)

Para analizar la comunicación interna del Hospital del Día Sur Valdivia, se partirá de los métodos teóricos, el análisis y diagnóstico, la inducción y la deducción, como vías para valorar las distintas etapas de la comunicación interna en los empleados de la institución, revelar los principales factores del bajo uso de los canales de comunicación internos de este centro de salud.

El método cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción con grupos o comunidades. (Hernández-Sampieri, 2003).

Los instrumentos que se utilizarán en la investigación son la encuesta y la entrevista.

Encuesta

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando. (1993), como:

> Una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características. (Pág.141-70)

El uso de la **encuesta** como método cuantitativo complementario para la recolección de datos será valioso para el estudio de la comunicación interna del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia del IESS.

Entrevista

Taylor y Bogan (1986) piensan que la entrevista es un conjunto de frecuentes encuentros cara a cara con el entrevistador y su informador, encaminados a la intuición de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus experiencias y situaciones.

Nahoum (1985) entiende que la entrevista es un encuentro de carácter privado, donde el entrevistador se dirige a una persona y esta cuenta su historia o da la versión de los hechos, respondiendo a preguntas afines con un problema determinado.

La entrevista es un instrumento que accede de forma directa a la realidad de las personas. Es una técnica donde se desarrolla algunos componentes de forma completa, mediante el cual se logran grandes resultados. Es importante el rol del investigador en este tipo de instrumento como lo es la entrevista, donde mediante la observación al entrevistado puede captar sus sensaciones, opiniones y estados de ánimo, engrandeciendo la información de la entrevista realizada.

La **entrevista** semiestructurada será uno de los procedimientos que mostrará la investigación, con el fin de conseguir información cualitativa sobre las características objetivas y subjetivas de los directores del Hospital del Día Sur Valdivia.

Entrevista Semiestructurada

Las siguientes recomendaciones para llevar a cabo entrevistas semiestructuradas tienen como base la propuesta de Miguel Martínez:

- Contar con una guía de entrevista, con preguntas agrupadas por temas o categorías, con base en los objetivos del estudio y la literatura del tema.
- Elegir un lugar agradable que favorezca un diálogo profundo con el entrevistado y sin ruidos que entorpezcan la entrevista y la grabación.
- Explicar al entrevistado los propósitos de la entrevista y solicitar autorización para grabarla.
- Tomar los datos personales que se consideren apropiados para los fines de la investigación.
- La actitud general del entrevistador debe ser receptiva y sensible, no mostrar desaprobación en los testimonios.

- Seguir la guía de preguntas de manera que el entrevistado hable de manera libre y espontánea, si es necesario se modifica el orden y contenido de las preguntas acorde al proceso de la entrevista.
- No interrumpir el curso del pensamiento del entrevistado y dar libertad de tratar otros temas que el entrevistador perciba relacionados con las preguntas.
- Con prudencia y sin presión invitar al entrevistado a explicar, profundizar o aclarar aspectos relevantes para el propósito del estudio.

Población y muestra

El Hospital del Día Sur Valdivia del IESS, está conformado por 299 empleados, entre directivos, personal administrativo y personal médico, para determinar la muestra se ha procedido a identificar la **población finita** de este centro de salud.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la población es: "el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (pág.174).

En la misma línea, Arias (2012) precisa como población "un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación" (pág.81).

Mientras que, Palella y Martins (2008) expresan que la población es: "un conjunto de unidades de las que desea obtener información sobre las que se va a generar conclusiones" (pág.83).

Teniendo de referencia a los autores citados, se concluye que la población es el total de objeto a estudiar, donde cada uno conserva una particularidad en común, mediante el cual se estudia y posee datos de la investigación.

La población se la puede aplicar mediante dos tipos según Castro (2003):

Población finita: cuando el número de elementos que la forman es finito, por ejemplo, el número de alumnos de un centro de enseñanza, o grupo clase.

Población infinita: cuando el número de elementos que la forman es infinito, o tan grande que pudiesen considerarse infinitos. Como por ejemplo, si se realizase un estudio sobre los productos que hay en el mercado. Hay tantos y de tantas calidades que esta población podría considerarse infinita. (pág.75).

El autor Herrera (2011), plantea la siguiente fórmula de población finita cuando se conoce el tamaño de la población.

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 p * q}{d^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Muestra

Considerando el tamaño de la población es preciso delimitarla para obtener una muestra representativa, la misma que es definida como “parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (Bernal, 2010, pág. 161).

Tamayo y Tamayo (2006), definen la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada" (pág.176).

En el caso de Palella y Martins (2008), la definen: “una parte o el subconjunto de la población dentro de la cual deben poseer características reproducen de la manera más exacta posible” (pág. 93).

Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio

Dentro de los tipos de muestras que se pueden establecer está, el probabilístico y el no probabilístico:

Para esta investigación se utilizará la técnica de muestreo probabilístico estratificado, que según Pineda (1994) indica que:

> Es el método más recomendable si se está haciendo una investigación cuantitativa porque todos los componentes de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados para la muestra, cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados" (pág.114).

De acuerdo al objetivo de esta investigación la población del Hospital del Día Sur Valdivia es de 299 personas, dado que el hospital se divide en algunas áreas entre personal administrativo y personal médico, se ha considerado para el cálculo de la muestra, el tipo de muestra estratificada, mediante el cual para calcular muestra se ha utilizado la fórmula de población finita, esta fórmula da como resultado, tener que aplicarla a 169 personas. Este número de personas se ha calculado mediante una muestra estratificada ponderando a cuántas personas de todas las áreas del objeto de estudio se debería de aplicar. Los resultados se exponen a continuación:

Tabla 5

Muestra del personal a encuestar

ÁREAS	PERSONAL DE CADA ÁREA DE TRABAJO	% PORCENTAJE QUE REPRESENTA CADA ÁREA	MUESTRA DEL PERSONAL A ENCUESTAR
DIRECTOR ADMINISTRATIVO	1	0%	1
DIRECTOR MEDICO	1	0%	1
FINANCIERO	10	3%	6
TALENTO HUMANO	5	2%	3
COMPRAS PUBLICAS	3	1%	2
SERVICIOS GENERALES	18	6%	10
BODEGA	3	1%	2
SERVICIO AL ASEGURADO	18	6%	10
INFORMATICA	2	1%	1
LABORATORIO	19	6%	11
IMÁGENES	17	6%	10
ENFERMERIA	50	17%	28
QUIROFANO	13	4%	7
URGENCIAS	42	14%	24
CONSULTA EXTERNA	86	29%	49
FARMACIA	11	4%	6
TOTAL	**299**	**100%**	**169,00**
POBLACION DE FORMULA FINITA	**169**		

Elaborado: Autor

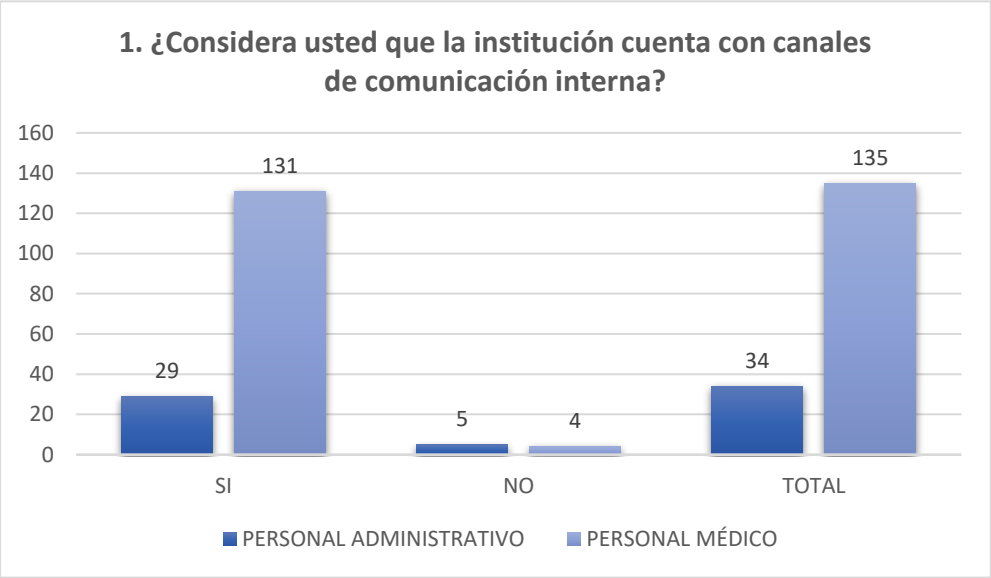
Análisis de resultados

A partir del número de encuestados definidos en 169 personas como muestra de población finita, las encuestas se realizaron a las siguientes áreas de trabajo según el organigrama institucional, tales como financiero, talento humano, compras públicas, servicios generales, bodega, servicio al asegurado e informática, que conforman las áreas administrativas, laboratorio, imágenes, enfermería, quirófano, urgencias, consulta externa y farmacia como áreas médicas.

Se muestran los resultados con base en los criterios de conocimiento, valoración y flujos de comunicación entre el personal administrativo y personal médico de la organización. Teniendo presente que el 20.06% de la muestra representa el personal administrativo y el 79.94% representa el personal médico de los empleados del Hospital del Día Sur Valdivia.

Conocimiento de los canales de comunicación

Tabla 6



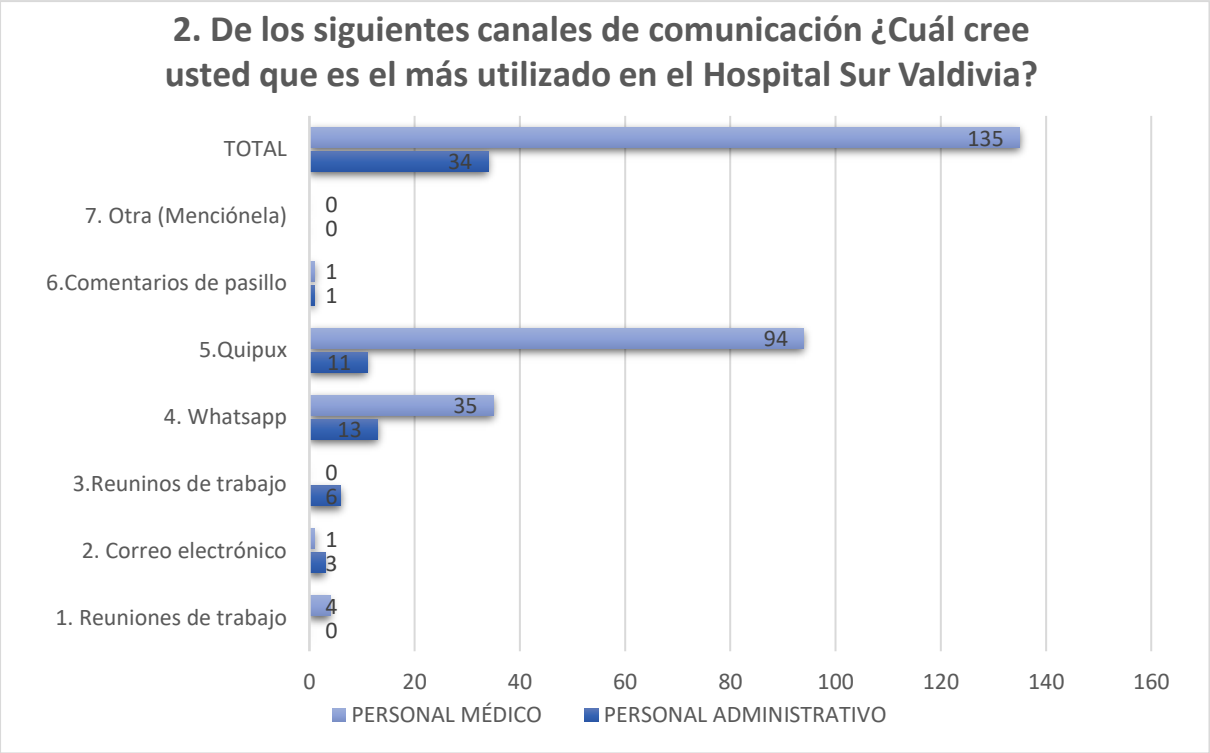
Análisis:

Personal Administrativo: En la pregunta realizada se refleja que 29 empleados del personal administrativo que equivale al 85.29% del total de encuestados conocen los canales de comunicación y 5 empleados que equivale al 14.70% no conocen los canales de comunicación.

Personal Médico: Según los resultados de la tabla, 131 empleados del personal médico, que equivale al 97.36% conocen los canales de comunicación que existen en la institución mientras que 4 empleados que equivale el 2.96% no conocen los canales de comunicación.

Las deducciones que se muestran en la tabla, indican significativamente que el personal administrativo y el personal médico conoce que el Hospital cuenta con canales de comunicación.

Tabla 7



Análisis:

Personal Administrativo: En esta pregunta se observa que 3 empleados del personal administrativo, que equivale al **8.82%** cree que el Hospital del Día Sur Valdivia utiliza el **correo electrónico** como canal de comunicación, 6 empleados que equivale al **17.64 %** indica que las **reuniones de trabajo**, mientras que 13 empleados que equivale al **38.23 %** indica que el **Whatsapp,** 11 empleados que equivale al **32.35%** indica que el **Quipux** y 1 empleado que equivale el **2.94%** indica que los **comentarios de pasillo** son el medio que más utiliza el personal administrativo del hospital.

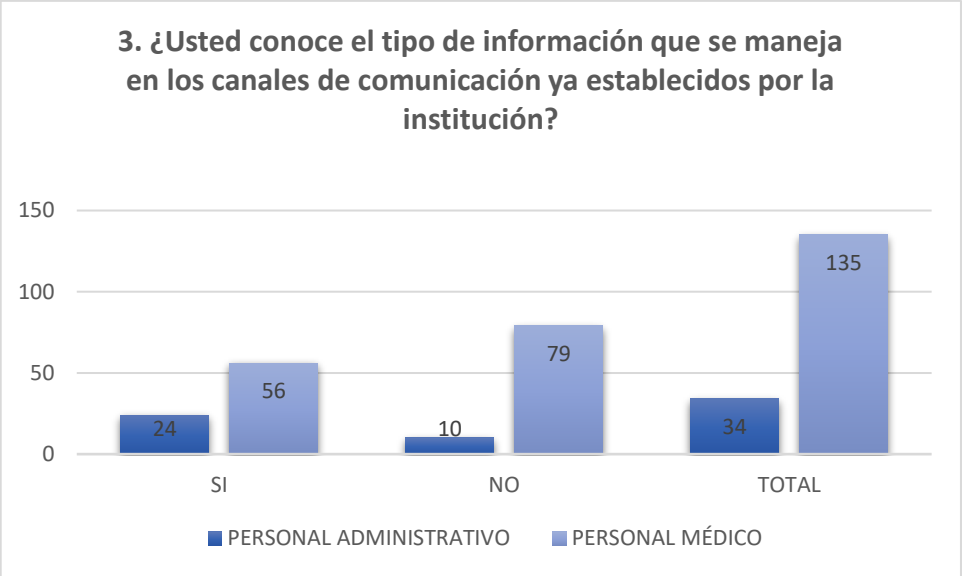
Personal Médico: Según los resultados de la tabla, 4 empleados del personal médico que equivale el **2.96%** cree que el Hospital del Día Sur Valdivia utiliza las **reuniones de trabajo**

como canal de comunicación, 1 empleado que equivale **0.74%** indica que el **correo electrónico**, 35 empleados que equivale el **25.92%** indica que el **Whatsapp,** mientras que 94 empleados que equivale el **69.62%** indica que el **Quipux**, 1 empleado que equivale al 0.74 % indica que los comentarios de pasillo son el medio más utilizado por el personal médico del hospital.

Las respuestas detalladas de la tabla reflejan claramente que el personal administrativo tiene varias alternativas de canales de comunicación donde trasmiten sus mensajes, tareas, comunicaciones etc., donde resaltan más el Whatsapp, Quipux y reuniones de trabajo en ese orden. Esto se puede dar que al pertenecer a las áreas administrativas del hospital y considerando las respuestas de la pregunta número uno, tienen mayor conocimiento, uso y práctica de los canales a utilizar dentro de la institución, reiterando el uso del Whatsapp como un canal de uso frecuente por los empleados del área administrativa, por ser una herramienta de enviar y recibir información al instante, tal es así, que las organizaciones puedan generar campañas del uso de este canal y así fortalecer con sus empleados la comunicación a través de este medio y probablemente en poco años se convierta en un canal de comunicación formal dentro de las instituciones.

El personal médico en cambio indica que el Quipux es el canal de comunicación formal más usado, donde se puede manifestar que por ser la mayoría doctores y enfermeras usan este tipo de canal para cosas puntuales como requerimientos de procesos, horarios de trabajo, vacaciones o alguna otra necesidad institucional ya que básicamente su trabajo es atender al usuario y afiliados que van a la institución por una atención médica. Además, se puede interpretar que no les llama la atención manejar otro tipo de canales de comunicación como las reuniones de trabajo, comentarios de pasillo porque su trabajo es más directo con el usuario. Cabe recalcar que el Whatsapp es un canal de comunicación que de a poco está ganando espacio y siendo uno de los más usados también por el personal médico.

Tabla 8



Análisis:

Personal Administrativo: Este estudio refleja que 24 empleados del personal administrativo, que equivale al **70.58% conoce** el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación del Hospital del Día Sur Valdivia y 10 empleados, que equivale **29.41% que no conocen.**

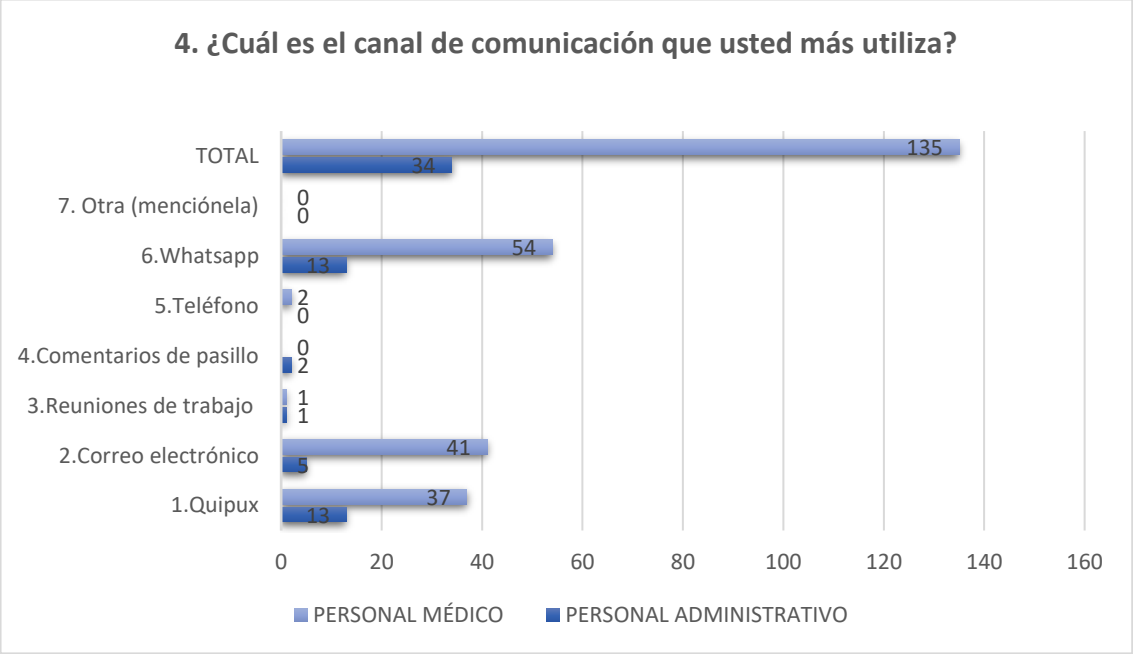
Personal Médico: Según los resultados de la tabla, 56 empleados del personal médico, que equivale al **41.48% conoce** el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación del Hospital del Día Sur Valdivia, mientras que 79 empleados que equivale el **56.83% no conocen** los canales de comunicación.

Los resultados concluyen de una manera clara, que el **personal administrativo** tiene mayor conocimiento que el personal médico de la información que se maneja en los diferentes canales de comunicación de la organización, esto también se refleja en la pregunta dos, donde se obtuvo como resultado que el personal administrativo usa diferentes tipos de canales de comunicación para poder trasmitir sus mensajes, en el cual se puede deducir, que es por los diferentes trámites,

procesos y tareas que realiza el personal administrativo. Cabe resaltar que según las encuestas realizadas al **personal médico** más de la mitad del personal, no conocen que se trasmiten en los diferentes canales de comunicación, tomando como referencia a la pregunta dos, el personal médico utiliza como canal de comunicación el Quipux, y el Whatsapp, pero no conocen qué tipo de comunicación se puede trasmitir en los otros canales de comunicación que la organización ya tiene establecidos, como lo es el correo electrónico, reuniones de trabajo, etc.

Valoración de los canales de comunicación

Tabla 9



Análisis:

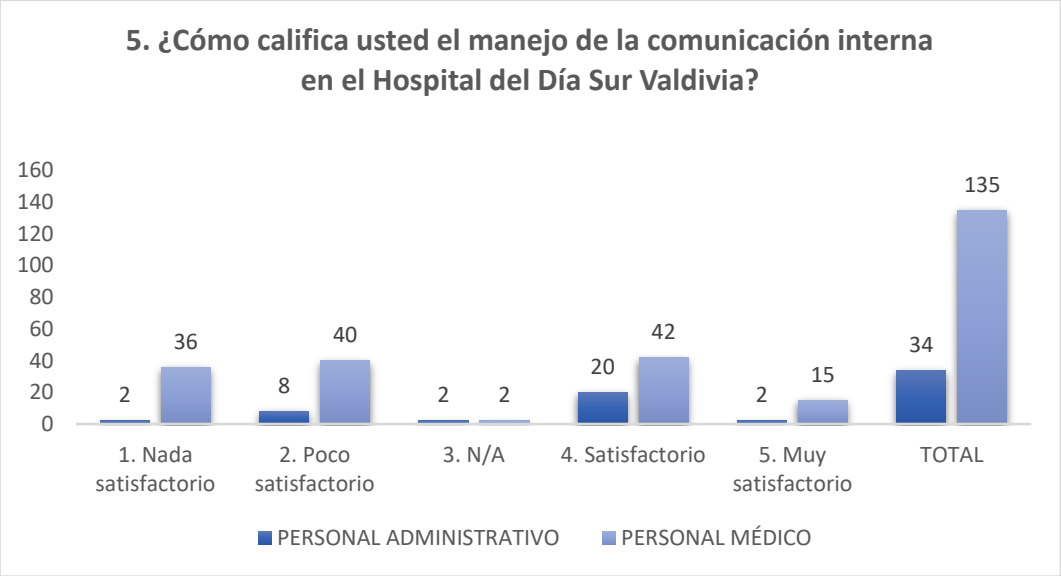
Personal Administrativo: Este estudio refleja que 13 empleados del personal administrativo, que equivale al **38.23%** usa el **Quipux** como canal de comunicación que más utiliza en el Hospital del Día Sur Valdivia, 5 empleados que equivale el **14%** indica que el correo **electrónico,** 1 empleado que equivale el **2.94%** indica que las **reuniones de trabajo,** 2 empleados que equivale el **5.88%** indica que los **comentarios de pasillo,** 13 empleados que

equivale al **38.23%** indican que el **Whatsapp** lo utilizan frecuentemente como canal de comunicación

Personal Médico: Según los resultados de la tabla, 37 empleados del personal médico, que equivale al **27,40%** indican que el **Quipux** es el canal de comunicación que más utilizan, 41 empleados que equivale al **30.37%** indica que el **correo electrónico**, 1 empleado que equivale al **0.74%** indica que las **reuniones de trabajo**, 2 empleados que equivale al **1.48%** indica que el **teléfono**, 54 empleados que equivale al **40%** indica que el **Whatsapp** lo utilizan frecuentemente como canal de comunicación.

A través de los resultados de las encuestas realizadas al personal administrativo, donde se muestra un porcentaje un poco más equitativo de los canales de comunicación que utilizan, pero priorizando el Whatsapp como un canal de canal utilizado de manera frecuente por el área administrativa, teniendo en cuenta que no se lo considera un canal de comunicación formal dentro de la institución, pero recalcando, que este grupo de empleados, utilizan algunas alternativas como Quipux, correo electrónico, reuniones de trabajo, comentarios de pasillo para poder enviar y recibir información, por las diferentes asignaciones que realizan como áreas administrativas, en comparación con el personal médico donde prevalecen tres canales de comunicación que usan frecuentemente, el Whatsapp, correo electrónico y el Quipux, por ser áreas donde su mayor interacción a diario es con el usuario del público externo, lo que se resalta de este resultado es como el Whatsapp está siendo usado como una canal de comunicación interno fuerte en la institución, donde se puede conseguir alternativas positivas para el uso de este canal en las organizaciones.

Tabla 10



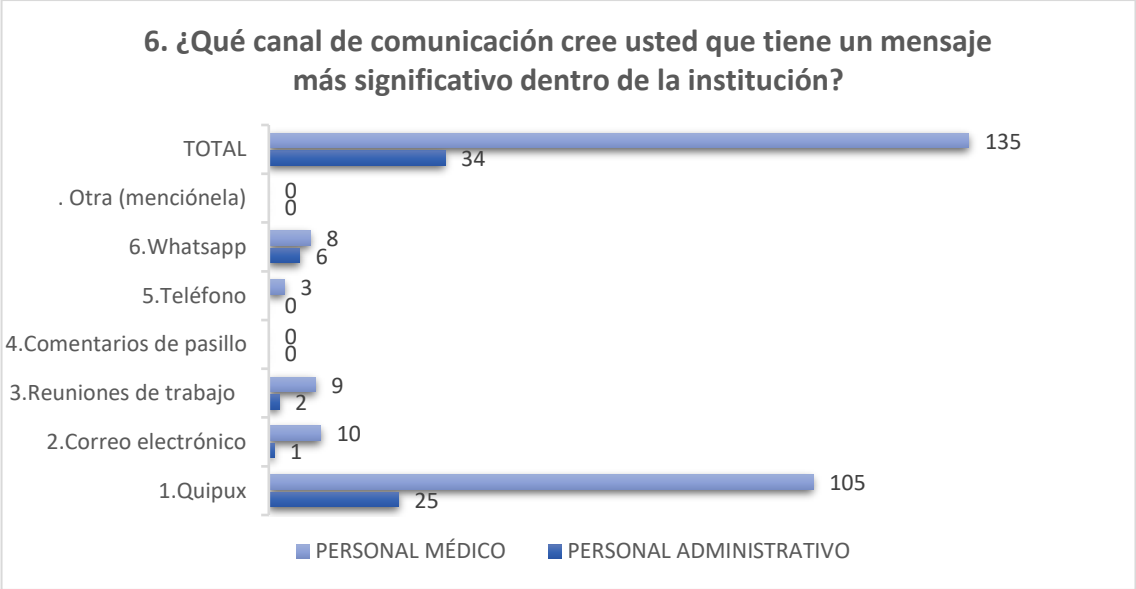
Análisis:

Personal Administrativo: Este estudio refleja que 2 empleados del personal administrativo, que equivale al **5.88%** califica de **nada satisfactorio** la comunicación interna que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia, 8 empleados que equivale el **23 .52%** indica que es **poco satisfactorio**, 2 empleados que equivale al **5.88%** indica que **ninguna de las anteriores**, 20 empleados que equivale el **58.82%** indica que es **satisfactorio** y 2 empleados que equivale el **5.88%** indica **muy satisfactorio** el manejo de la comunicación interna en el hospital.

Personal Médico: Según los resultados de la tabla, 36 empleados del personal médico que equivale al **26.66%** califica como **nada satisfactorio** la comunicación interna que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia, 40 empleados que equivale el **29.62%** indica que es **poco satisfactorio,** 2 empleados que equivale el **1.48%** indica que **ninguna de las anteriores**, 42 empleados que equivale el **31.11%** indica que es **satisfactorio**, 15 empleados que equivale el **11.11%** indica que es **muy satisfactorio.**

Los resultados de las muestras realizadas manifiestan, que el personal administrativo, redondeando al 64% de los empleados indican que es satisfactorio y muy satisfactorio el manejo de la comunicación interna en el hospital, haciendo referencia a los resultados de la tabla de la pregunta cuatro, se pueden indicar que, por tener mayor conocimiento y uso de varios canales de comunicación, para estos grupos de trabajo el manejo de comunicación se la está llevando de una manera aceptable y que va evolucionando con el pasar de los años y uso de los diferente canales de comunicación. Haciendo la comparación con el personal médico el 56.28% revela que es nada satisfactorio y poco satisfactorio el manejo de la comunicación, esto se debe a la falta de uso y conocimiento de los diferentes canales de comunicación que tiene establecido el hospital, como se refleja en los resultados en la tabla de la pregunta número tres, donde indica que el 56.83% no conoce los diferentes canales de comunicación.

Tabla: 11



Análisis:

Personal Administrativo: Este estudio refleja que 25 empleados del personal administrativo, que equivale al **73.52%** indica que dentro de los canales de comunicación que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia el **Quipux** tiene un mensaje más significativo, 1

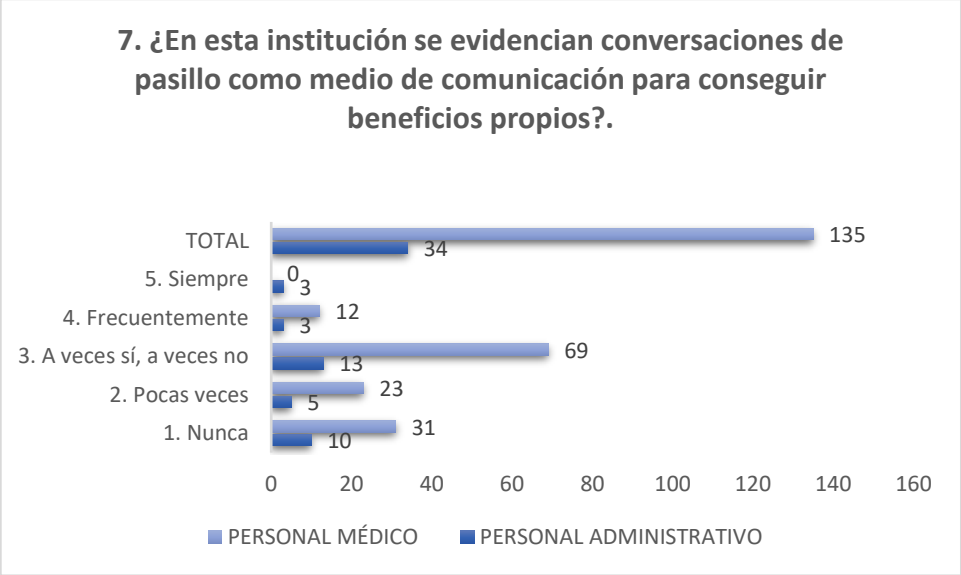
empleado que equivale el **2.94%** indica que el **correo electrónico**, 2 empleados que equivale el **5.88%** indica que las **reuniones de trabajo**, 6 empleados que equivale el **17.64%** indica que el **Whatsapp** tiene un mensaje más significativo dentro de los canales de comunicación.

Personal Médico: Según el resultado de la tabla, 105 empleados del personal médico, que equivale al **77.77%** indica que dentro de los canales de comunicación que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia el **Quipux** tiene un mensaje más significativo, 10 empleados que equivale el **7.40%** indica que el **correo electrónico**, 9 empleados que equivale el **6.66%** indica que las **reuniones de trabajo**, 3 empleados que equivale el **2.22%** indica que el **teléfono,** 8 empleados que equivale el **5.92%** indica que el **Whatsapp** tiene un mensaje más significativo dentro de los canales de comunicación.

El resultado que se refleja en este estudio, es que el personal administrativo con el 73.52% y el personal médico con el 77.77% coinciden que la mayoría de su personal, tiene como el canal de comunicación más significativo de la organización el Quipux, que es un medio formal para poder comunicar información, tareas importantes a nivel interno. Haciendo referencia a la entrevista al Lcdo. Ralph Assaf Nader, Director Administrativo anexo 4 en la respuesta de la pregunta número dos, donde indica: "por eso sé que manejamos el Quipux, el correo electrónico, las reuniones de trabajo de manera formal que es lo uso más en mi gestión y como actualmente lo amerita es el Whatsapp". A su vez el Dr. Arcadio Giacoman Jiménez, Director Médico anexo 6 en la respuesta de la pregunta número dos, indica: "Yo manejo el Quipux y el correo electrónico como medios de comunicación para informar a mi grupo de trabajo las directrices que tienen que ejecutar, ahora también doy órdenes a través del Whatsapp". Esto se debe que el canal de comunicación Quipux en la organización, la mayoría de los empleados ejecutan sus requerimientos, porque saben que tendrán una respuesta formal, donde se pueden respaldar de esta información obtenida.

Flujos de comunicación

Tabla 12



Análisis:

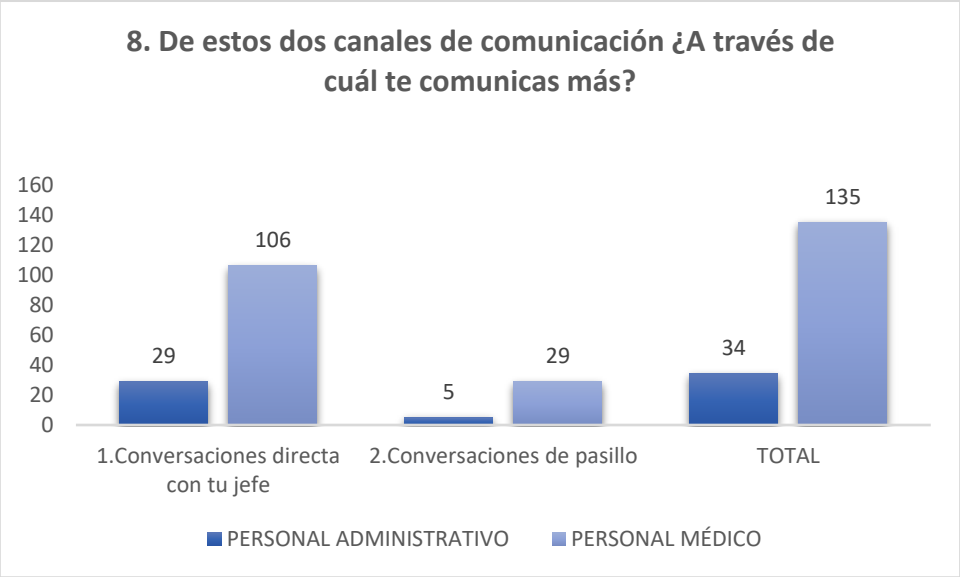
Personal Administrativo: Este estudio refleja que 10 empleados del personal administrativo que equivale el **29.41%** indica que **nunca** evidencian conversaciones de pasillo como medio de comunicación para conseguir beneficios propios, 5 empleados que equivale el **14.70%** indica que **pocas veces**, 13 empleados que equivale el **38.23%** indica que **a veces si, a veces no**, 3 empleados que equivale el **8.82%** indica que **frecuentemente,** 3 empleados que equivale el **8.82%** indica que **siempre.**

Personal Médico: Según el resultado de la tabla, que 31empleados del personal médico que equivale el **22.96%** indica que **nunca** evidencian conversaciones de pasillo como medio de comunicación para conseguir beneficios propios, 23 empleados que equivale el **17.03%** indica que pocas **veces,** 69 empleados que equivale el **51.11%** indican que a **veces si, a veces no,** 12 empleados que equivale el **8.88%** indica que **frecuentemente**.

El personal administrativo como personal médico tiene una tendencia en sus respuestas del más del 70%, donde manifiestan que nunca, pocas veces y a veces si, a veces no tienen

conversaciones en el pasillo, en este caso puede ser con sus grupos de trabajo o personal de otras áreas del hospital, donde se puede tomar como referencia la tabla de la pregunta seis, donde los resultados nos muestran que los comentarios de pasillo no generan un mensaje significativo para estos grupos de trabajo.

Tabla 13



Análisis:

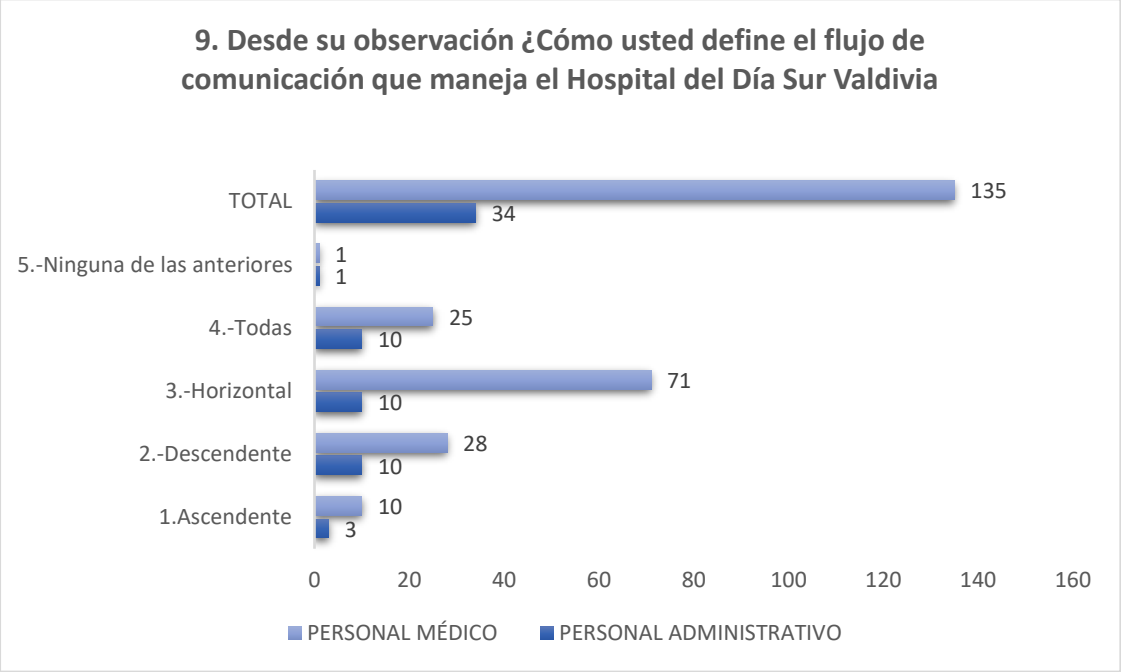
Personal Administrativo: Este estudio refleja que 29 empleados del personal administrativo que equivale el **85.29%** indican que se comunican mediante las **conversaciones directa con el jefe** y 5 empleados que equivale el **14.70%** indica que las **conversaciones de pasillo**.

Personal Médico: Según el resultado de la tabla indica, que 106 empleados del personal médico que equivale el **78.51%** indican que se comunican mediante las **conversaciones directa con su jefe** y 29 empleado que equivale el **21.48%** indica que las **conversaciones de pasillo.**

Con los resultados expuestos se deduce que el personal administrativo como personal médico tienen la tendencia de tener una comunicación directa con sus jefes de área, deduciendo

que es la primera persona con la que se relacionan al momento de preguntar alguna inquietud que tengan en el ámbito laboral. Haciendo referencia a la respuesta de la pregunta número tres (anexo 5) donde el Lcdo. Ralph Assaf Nader, Director Administrativo indica: "Yo creo que aquí deben aprender los empleados a saber a quién tienen que dirigirse, en primera instancia a sus jefes de áreas, si no tienen respuesta está el área de talento humano que puede resolver cualquier tipo de inconvenientes en el hospital". Es política que ha manejado el Director del Hospital Valdivia, para que sus empleados tengan conocimiento a quién dirigirse, según el criterio del director.

Tabla 14



Análisis:

Personal Administrativo: Este estudio refleja que 3 empleados del personal administrativo que equivale el **8.82%** indica que el flujo de comunicación que maneja el hospital es el **ascendente,** 10 empleados que equivale el **29.41%** indica que es **descendente,** 1 empleados que equivales el **29.41%** indica que es **horizontal,** 10 empleados que equivale el **29.41%**

indica que **todas las anteriores** y 1 empleado que equivale el **2.94%** indica que **ninguna de las anteriores**.

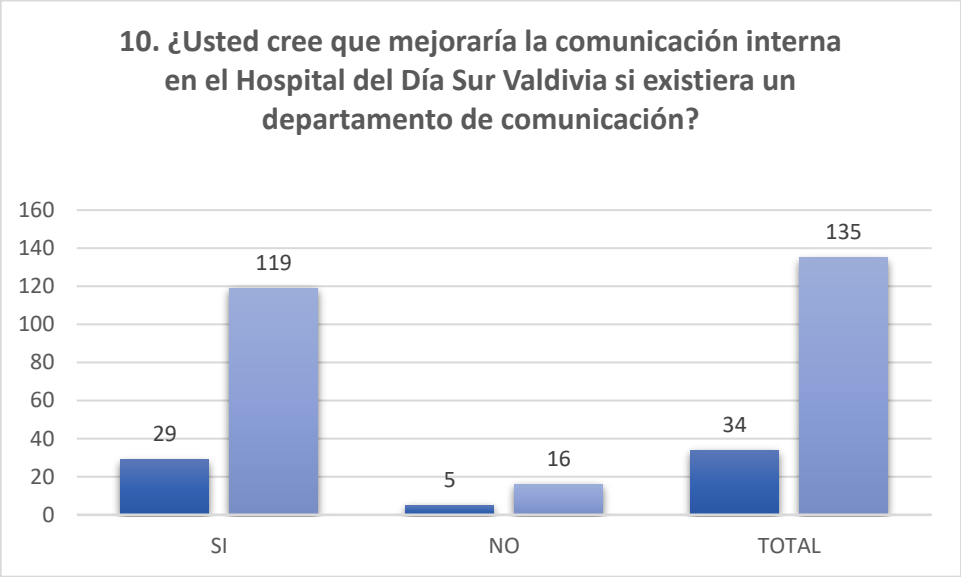
Personal Médico: Según el resultado de la tabla indica, que 10 empleados del personal médica que equivale el **7.40%** indica que el flujo de comunicación que maneja el hospital es el **ascendente,** 28 empleados que equivale el **20.74%** indica que es **descendente,** 71 empleados que equivale el **52.59%** indica que es **horizontal**, 25 empleados que equivale el **18.51%** indica que **todas las anteriores** y 1 empleado que equivale el **0.74%** indica que **ninguna de las anteriores.**

La tendencia del personal administrativo es equitativa al momento de percibir cómo se maneja los flujos de comunicación en el Hospital Sur Valdivia, donde el flujo horizontal, y descendente por ser un tipo de comunicación tradicional en las organizaciones, donde los jefes de áreas envían comunicaciones a sus grupos de trabajo y la horizontal donde las comunicaciones se dan de una forma entre un mismo nivel jerárquico. Se debe resaltar que el 29.41% del personal administrativo considera que, el hospital, maneja todos los flujos de comunicaciones, donde se puede tener como referencia por los resultados obtenidos en la tabla de la pregunta número ocho, donde el 85.29% tiene como canal de comunicación las conversaciones directas con sus jefes.

Se realiza una comparación con el personal del área médica, mediante el cual la perspectiva se inclina por el flujo de comunicación horizontal con el 52.59%, donde el personal de salud se comunica entre miembros del mismo nivel jerárquico, en este caso entre doctores de las diferentes áreas de especialidades o de forma individual. Haciendo referencia a la respuesta de la pregunta cuatro en el anexo 6 donde el Dr. Arcadio Giacoman Jiménez, Director Médico manifiesta los siguiente: “En el área médica es muy complicado tener una buena comunicación, ya que nuestro trabajo es directamente con el usuario, el afiliado, el personal externo. Pero en

general creo que debemos mejorar mucho en la comunicación interna de este hospital entre el personal médico y administrativo". Claramente la comunicación entre el personal administrativo y médico debe ser un punto de estudio clave, para poder llevar estrategias de comunicación para que se pueda cumplir con los objetivos de la institución.

Tabla 15



Análisis:

Personal Administrativo: Este estudio refleja que 29 empleados del personal administrativo que equivale el **85.29%** indica que **si** mejoraría la comunicación interna si existiera un departamento de comunicación y 5 empleados que equivale el **14.70%** dice que **no**.

Personal Médico: Según el resultado de la tabla indica, que 119 empleados del personal médica que equivale el **88.14%** indica que **sí** mejoraría la comunicación interna si existiera un departamento de comunicación y 16 empleados que equivale el **11.85%** dice que **no**.

Claramente el personal administrativo como personal médico del Hospital del Día Sur Valdivia, de los resultados obtenido se deduce que con un departamento de comunicación

mejoraría la comunicación interna dentro de la organización, haciendo referencia a la entrevista realizada al Lcdo. Ralph Assaf Nader, Director Administrativo en la respuesta de la pregunta cinco anexo 5 manifiesta lo siguiente: "Nos ayudaría mucho si contáramos con un departamento de comunicación, ojalá en un futuro podamos tenerlo, porque es un área que se encargaría de muchas cosas, al ser una institución pública estamos expuestos a muchos comentarios internos y externo y es necesario tener esta área donde podamos resolver inquietudes con el único fin de ayudar y servir a los afiliados y público interno de este hospital".

De la misma forma, en la entrevista realizada al Dr. Arcadio Giacoman Jiménez, Director Médico en la respuesta de la pregunta cinco en el anexo 6 manifiesta lo siguiente: "Claro que sí, creo que sería un departamento clave para poder contrarrestar muchos aspectos de este hospital".

Conclusiones

A lo largo de la investigación se demostró la importancia de la comunicación interna dentro de las organizaciones, en este caso en particular en el Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia, ya que al tener diferentes tipos de públicos es necesario fortalecer los flujos de comunicación, para mantener una información integral y unificada con todo el personal.

A través de los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados en este estudio se pudo describir que el sistema de comunicación interna que maneja el Hospital del Día Sur Valdivia con respecto al personal administrativo es horizontal, descendente y ascendente, denotando que este tipo de público sí conoce y usa los diversos canales de comunicación establecidos en el hospital, mientras que el personal médico maneja una comunicación horizontal, donde el personal de salud se comunica entre miembros del mismo nivel jerárquico, en este caso entre doctores de las diferentes áreas de especialidades o de forma individual, con este tipo de público

la diferencia se da en el bajo uso de los diferentes canales de comunicación existentes dada la falta de conocimiento por parte del personal médico, esto se vio reflejado en las respuestas de las preguntas realizadas en este estudio, donde se observó las diferentes preferencias de conocimiento de los canales de comunicación internos.

Lo expuesto anteriormente nos permitió diagnosticar que, en el Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia, para el personal de salud el manejo de la comunicación interna se inclinó hacia el resultado de poco y nada satisfactorio, dado los diversos factores como el bajo conocimiento del contenido y poco uso de los diferentes canales de comunicación establecidos en el hospital. A diferencia del personal administrativo donde se diagnosticó que para este público el uso, valoración y conocimiento de los canales de comunicación es de mayor impacto por sus funciones del día a día que les implica tener un mayor conocimiento de los diferentes canales de comunicación, concluyendo que el personal de salud es el público interno insatisfecho con la actual comunicación interna del hospital.

Recomendaciones

Con los resultados obtenidos de esta investigación, se recomienda a futuros investigadores realizar un análisis de clima laboral del Hospital Sur Valdivia, para identificar las falencias y virtudes de la comunicación interna en los empleados y directivos del hospital.

Realizar investigaciones cada año de flujos y canales de comunicación del Hospital del Día Sur Valdivia para poder conocer el avance de la comunicación interna de la organización.

Diseñar estrategias para fortalecer en los empleados del personal médico el uso y conocimiento de los canales de comunicación establecidos en el Hospital del Día Sur Valdivia.

Se recomienda al Hospital Sur Valdivia crear un departamento o encargar a un colaborador con el perfil adecuado el manejo de la comunicación de la institución.

Referencias bibliográficas

Andrade, H. (2010). Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica. Madrid, España: Gesbiblo S.L.

Andrade H. (2005) Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica, Valencia: Netbiblo, Editorial Cristina Seco

Andrade, H. (2005). Comunicación Organizacional Interna, proceso, disciplina y técnica. España: Editora Cristina Seco. Primera Edición en español.

Aristóteles. Retórica. Editorial Aguilar. Madrid, 1968.

Arias, F. (2012). El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica. (6ª Edición). Caracas: Editorial Episteme.

Arrugo, M (2001). El fin de la comunicación interna "A trabajar" en la siguiente dirección electrónica http://atrabajarenequipopr.com

Assaf, R., & Giacoman, A. (2019). Plan Médico Funcional, Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio (Hospital Del Día) Sur Valdivia. Guayaquil.

Bartlett, C. & Ghoshal, S. (1992). Transnational management: text, cases, and readings in cross-border management en Fernández Monroy (2003)

Bedoya M. (2004), Motivación, trabajo y éxito, Mérida: Editorial Venezolana

Bernal, C. A. (2010). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Bogotá: Pearson Educación.

Bill Gates, Los negocios en la era digital, México, Plaza y janés, 1999, citas en p. 2

Brandolini, A. (2009). Comunicación Interna. Claves para una gestión exitosa. Buenos Aires - Argentina: La Crujía Ediciones.

Cannon, J. P. y Homburg, C. (2001). Buyer-supplier relationships and customer firm costs Journal of Marketing, 65 (enero): 29-43 en Fernández Monroy (2003).

Castro, J. (2012). Comunica, Lecturas de Comunicación Organizacional. Madrid, España: Gesbiblo S.L

Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2ª Edición). Caracas: Uyapal.

Capriotti, P;(1992); La Imagen de Empresa. Estrategia para una comunicación integrada; El Ateneo; Barcelona.

Contreras, H. (12 de 10 de 2012). RRPP Net Porat. Recuperado el 13 de 05 de 2013, de http:/rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm

Chiavenato, I. (2007). Introducción a la teoría general de la administración, séptima edición. Tlalnepantla, Edo. de México: McGraw-Hill Interamericana

Chiavenato, I. (2010). Gestión del Talento Humano. Mexico: McGraw Hill.Ancín, I., & Espinosa, J. (2017). La relación entre la comunicación interna y el clima laboral: Estudio de caso en PYMES de la ciudad de Guayaquil (Artículo). Universidad Espíritu Santo - UEES, Guayaquil, Ecuador

Daft, R.L. y Lengel, R.H. (1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. Management Science, 32 (5): 554-571 citado por García Mestanza (2003)

David, B. (2012). El proceso de comunicación. EE.UU.: Mc Graw

Degot, V. (1988): "La comunicación interna como marketing de los nuevos valores y políticas". Nueva Empresa, no 10.

Di Silvestre, C. (s.f.). Metodología cuantitativa versus metodología cualitativa y los diseños de investigación mixtos: conceptos fundamentales. Argentina: ANACEM. Recuperado de http://173.255.237.28/anacem.cl/public/wordpress/wpcontent/uploads/2009/03/metodologiacuantitativa-versus-cualitativa.pdf

Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones, Editorial Trillas, México D.F., 1997.

Fernández, D. (2010). Comunicación Empresarial y Atención al Cliente. Madrid, España: Paraninfo.

Fleitman, J. H. (2000). Negocios Exitosos. 246.

García P. (1998), La comunicación Interna, Madrid: Editorial Díaz de Santos

García Ferrando M. La encuesta. En: Garcia M, Ibáñez J, Alvira F. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, 1993; p. 141-70

García, J. (2007). La comunicación interna. Madrid: Diaz de Santos.

Gómez, Rosa Linda (2007). Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas. México. 150 p.

García, J. (2007). La comunicación interna. Madrid: Diaz de Santos.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6ª Edición). México D.F: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A.

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación (3ª ed.). México: Editorial Mc Graw-Hill.

Hernández-Sampieri, R. (s.f.). Metodología de la investigación.

Herrera, M. (2011). Fórmula para cálculo de la muestra poblaciones finitas. Recuperado de https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-dela-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf

Hersey, P., Blanchard, K. & Johnson, D. (1998). Administración del comportamiento organizacional (7ª ed.). México: Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana. pp. 338-339.

Losep. (6 de octubre 2010). LEY ORGANICA DE SERVICIO PUBLICO, LOSEP http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_ecu_ane_mdt_4.3_ley_org_ser_p%C3%BAb.pdf

Llaneza, F. (2009). Ergonomía y Psicología aplicada. Manual para la formación del especialista. Lex Nova.

Martínez M. La investigación cualitativa etnográfica en educación. México: Trillas; 1998. p. 65-68

Muriel, María Luisa y Rota, Gilda (1980): Comunicación institucional: Enfoque social de relaciones humanas. Quito, Editora Andina

Nahoum, C. (1961). La entrevista psicológica. Buenos aires: Kapelusz.

Palella, S. y Martins, F. (2008). Metodología de la Investigación Cuantitativa (2ª Edición). Caracas: FEDUPEL.

Pasquali. (2009). Las funciones del emisor y receptor. EE. UU: Emirates.

Pérez Gutiérrez, Mario. Los procesos de comunicación. p. 21.

Pineda, Beatriz; de Alvarado, Eva luz; de canales, Francisca 1994 Metodología de la investigación, manual para el desarrollo de personal de salud, Segunda edición. Organización Panamericana de la Salud. Washington.

Pizzolante I. 2004. El Poder de la comunicación estratégica. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana

Publicaciones Vértice S.L. (2008). Comunicación interna. España: Editorial Vértice

Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Editorial Espasa Calpe. Madrid, 2000 (versión de 1992).

Ritter, Michael. “Cultura Organizacional”. Buenos Aires, Argentina, editorial DIRCOM, primera edición, octubre 2008

Rodríguez de San Miguel, Horacio Andrade, “Hacia una definición de la comunicación organizacional”, en Fernández Collado, Carlos. La comunicación en las organizaciones. 1ª edición, 4ª reimpresión, Ed. Trillas, México, 1998, pp. 30-32.

Rotary International. (2012). Manual del Comité de Relaciones Públicas. Componente del juego de materiales para funcionarios del club. Revisado el 07 de junio 2013.

Rebeil, M. (2010). El poder de la comunicación en las organizaciones. México: AMCO.

Robbins (2004), Fundamentos del Comportamiento Organizacional, Ciudad de México: Prentice Hall

Rubio, R., Martín, S., & Morán, S. (2009). Collaborative web learning tools: Wikis and blogs. Computer Applications in Engineering Education, 18(3), n/a. http://doi.org/10.1002/cae.20218

S/A (2008a) Comunicación Comercial. Publicaciones Vértice. España, pp 22-23. S/A (2008b) Comunicación interna. Publicaciones Vértice. España, pp 5 – 10.

Sanz González Miguel; González Lobo María (2005) Identidad corporativa: claves de la comunicación empresarial. ESIC Editorial. España, pp 152-155.

Tamayo Mario. Proceso de la investigación científica Cuarta Edición. México: Limusa Noriega Editores, 1998

Tamayo y Tamayo, M (2006). Técnicas de Investigación (2da Edición). México: Editorial Mc Graw Hill

Taylor, J. y Bodgan, H. (1986). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Buenos Aires: Paidós.

Trelles Rodríguez, Irene. Bases Teórico- Metodológicas para una propuesta de modelo de Gestión de Comunicación en organizaciones. Tesis de Doctorado. La Habana, diciembre 2002.

Trelles Rodríguez, Irene. Bases Teórico- Metodológicas para una propuesta de modelo de Gestión de Comunicación en organizaciones. Tesis de Doctorado. La Habana, diciembre 2002.

Tripathi, M., & Kumar, S. (2010). Use of Web 2.0 tools in academic libraries: A reconnaissance of the international landscape. The International Information & Library Review, In Press, Corrected Proof. http://doi.org/10.1016/j.iilr.2010.07.005

Xifra, J; (2007); Técnicas de las Relaciones Públicas; EDITORIAL UOC; Barcelona.

Anexos

Anexo 1: Autorización de recopilación de información Director Administrativo



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

CENTRO CLINICO QUIRURGICO AMBULATORIO HOSPITAL DEL DIA SUR VALDIVIA

Samborondón, 08 junio del 2020.

Magister
Coordinador de Titulación
División de Postgrado
Universidad Ecotec. -

De mis consideraciones:

A través del presente, autorizo al señor/ita **ANGEL GABRIEL AGUILAR DUARTE** con cédula de ciudadanía número **0921972717**, estudiante del programa de maestría **COMUNICACIÓN ESTRETÉGICA** de la Universidad Ecotec para que pueda recopilar información de nuestra empresa con el objetivo de desarrollar su trabajo de titulación que le permita obtener su grado de Magister.

Asimismo, autorizamos la divulgación y publicación de los resultados de su investigación en los repositorios que la Universidad Ecotec tenga destinado para este fin.

Atentamente,

Lcdo. Ralph Assaf Nader
Director Administrativo
CCQA Hospital del Día Sur Valdivia
Cel: 0999612020

Av. 25 de Julio y Calle Napo -042493168 – 042436307 ext. 106 –Guayaquil – Ecuador
Pagina web: www.iess.gob.ec
RUC: 0968565200001

Anexo 2: Autorización de recopilación de información Director Médico



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

CENTRO CLINICO QUIRURGICO AMBULATORIO HOSPITAL DEL DIA SUR VALDIVIA

Samborondón, 08 junio del 2020.

Magister
Coordinador de Titulación
División de Postgrado
Universidad Ecotec. -

De mis consideraciones:

A través del presente, autorizo al señor/ita **ANGEL GABRIEL AGUILAR DUARTE** con cédula de ciudadanía número **0921972717**, estudiante del programa de maestría **COMUNICACIÓN ESTRETÉGICA** de la Universidad Ecotec para que pueda recopilar información de nuestra empresa con el objetivo de desarrollar su trabajo de titulación que le permita obtener su grado de Magister.

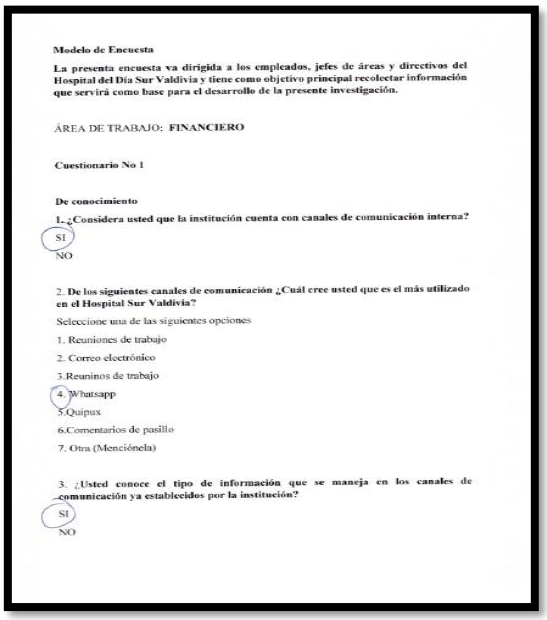
Asimismo, autorizamos la divulgación y publicación de los resultados de su investigación en los repositorios que la Universidad Ecotec tenga destinado para este fin.

Atentamente,

Dr. Arcadio Giacoman Jiménez
Director Médico
CCQA Hospital del Día Sur Valdivia
Cel: 0991781354

Av. 25 de Julio y Calle Napo -042493160 – 042436307 ext. 106 –Guayaquil – Ecuador
Pagina web: www.iess.gob.ec
RUC: 0968565200001

Anexo 3: Encuestas personal administrativo



Modelo de Encuesta

La presenta encuesta va dirigida a los empleados, jefes de áreas y directivos del Hospital del Día Sur Valdivia y tiene como objetivo principal recolectar información que servirá como base para el desarrollo de la presente investigación.

ÁREA DE TRABAJO: **FINANCIERO**

Cuestionario No 1

De conocimiento

1.-¿Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?

SI
NO

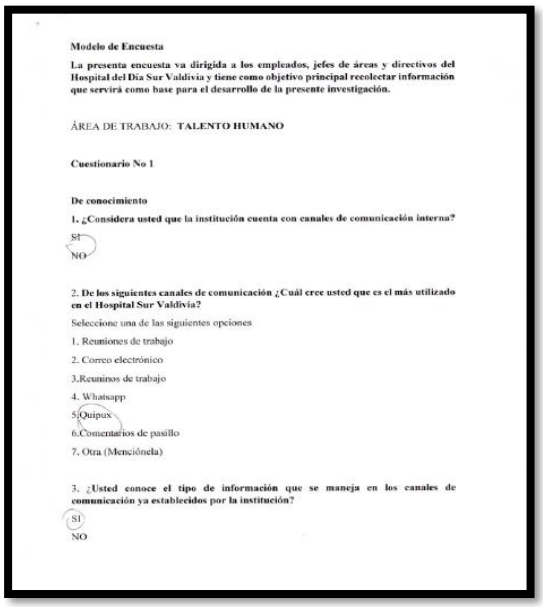
2. **De los siguientes canales de comunicación ¿Cuál cree usted que es el más utilizado en el Hospital Sur Valdivia?**

Seleccione una de las siguientes opciones

1. Reuniones de trabajo
2. Correo electrónico
3.Reuninos de trabajo
4. Whatsapp
5.Quipux
6.Comentarios de pasillo
7. Otra (Menciónela)

3. **¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?**

SI
NO



Modelo de Encuesta

La presenta encuesta va dirigida a los empleados, jefes de áreas y directivos del Hospital del Día Sur Valdivia y tiene como objetivo principal recolectar información que servirá como base para el desarrollo de la presente investigación.

ÁREA DE TRABAJO: **TALENTO HUMANO**

Cuestionario No 1

De conocimiento

1. ¿Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?

SI
NO

2. **De los siguientes canales de comunicación ¿Cuál cree usted que es el más utilizado en el Hospital Sur Valdivia?**

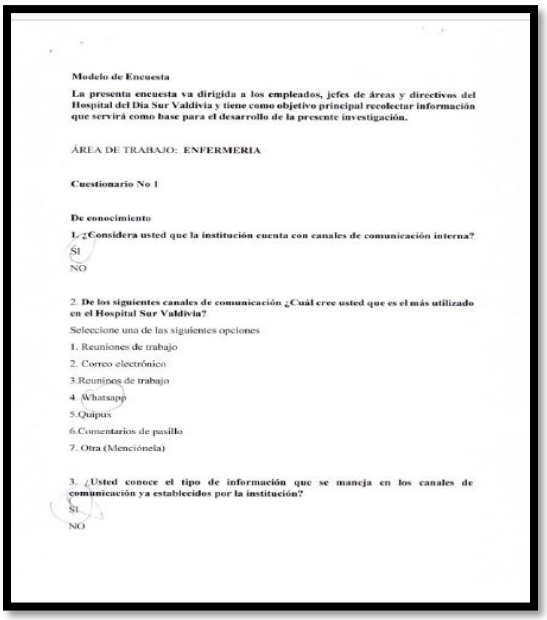
Seleccione una de las siguientes opciones

1. Reuniones de trabajo
2. Correo electrónico
3.Reuninos de trabajo
4. Whatsapp
5.Quipux
6.Comentarios de pasillo
7. Otra (Menciónela)

3. **¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?**

SI
NO

Anexo 4: Encuestas personal médico



Modelo de Encuesta

La presenta encuesta va dirigida a los empleados, jefes de áreas y directivos del Hospital del Día Sur Valdivia y tiene como objetivo principal recolectar información que servirá como base para el desarrollo de la presente investigación.

ÁREA DE TRABAJO: **ENFERMERIA**

Cuestionario No 1

De conocimiento

1. ¿Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?

SI
NO

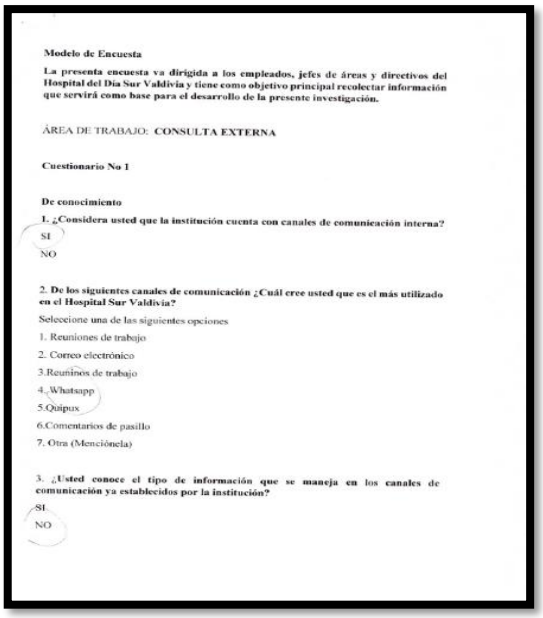
2. **De los siguientes canales de comunicación ¿Cuál cree usted que es el más utilizado en el Hospital Sur Valdivia?**

Seleccione una de las siguientes opciones

1. Reuniones de trabajo
2. Correo electrónico
3.Reuninos de trabajo
4. Whatsapp
5.Quipux
6.Comentarios de pasillo
7. Otra (Menciónela)

3. **¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?**

SI
NO



Modelo de Encuesta

La presenta encuesta va dirigida a los empleados, jefes de áreas y directivos del Hospital del Día Sur Valdivia y tiene como objetivo principal recolectar información que servirá como base para el desarrollo de la presente investigación.

ÁREA DE TRABAJO: **CONSULTA EXTERNA**

Cuestionario No 1

De conocimiento

1. ¿Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?

SI
NO

2. De los siguientes canales de comunicación ¿Cuál cree usted que es el más utilizado en el Hospital Sur Valdivia?

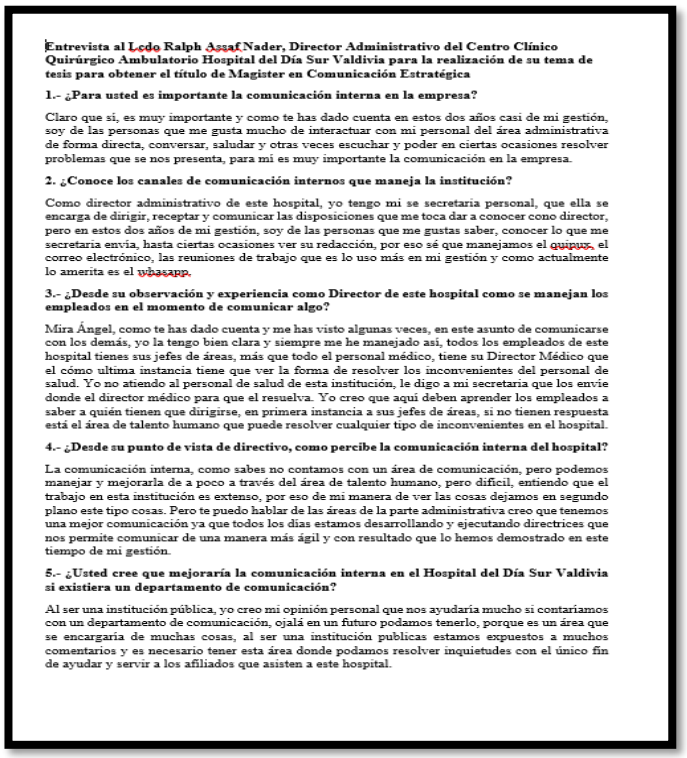
Seleccione una de las siguientes opciones

1. Reuniones de trabajo
2. Correo electrónico
3.Reuninos de trabajo
4. Whatsapp
5.Quipux
6.Comentarios de pasillo
7. Otra (Menciónela)

3. **¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?**

SI
NO

Anexo 5: Entrevista Lcdo. Ralph Assaf Nader, Director Administrativo CCQA Hospital del Día Sur Valdivia



Entrevista al Lcdo Ralph Assaf Nader, Director Administrativo del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia para la realización de su tema de tesis para obtener el título de Magister en Comunicación Estratégica

1.- ¿Para usted es importante la comunicación interna en la empresa?

Claro que sí, es muy importante y como te has dado cuenta en estos dos años casi de mi gestión, soy de las personas que me gusta mucho de interactuar con mi personal del área administrativa de forma directa, conversar, saludar y otras veces escuchar y poder en ciertas ocasiones resolver problemas que se nos presenta, para mi es muy importante la comunicación en la empresa.

2. ¿Conoce los canales de comunicación internos que maneja la institución?

Como director administrativo de este hospital, yo tengo mi se secretaria personal, que ella se encarga de dirigir, receptar y comunicar las disposiciones que me toca dar a conocer cono director, pero en estos dos años de mi gestión, soy de las personas que me gustas saber, conocer lo que me secretaria envía, hasta ciertas ocasiones ver su redacción, por eso sé que manejamos el quipux, el correo electrónico, las reuniones de trabajo que es lo uso más en mi gestión y como actualmente lo amerita es el whasapp.

3.- ¿Desde su observación y experiencia como Director de este hospital como se manejan los empleados en el momento de comunicar algo?

Mira Ángel, como te has dado cuenta y me has visto algunas veces, en este asunto de comunicarse con los demás, yo la tengo bien clara y siempre me he manejado así, todos los empleados de este hospital tienes sus jefes de áreas, más que todo el personal médico, tiene su Director Médico que el cómo ultima instancia tiene que ver la forma de resolver los inconvenientes del personal de salud. Yo no atiendo al personal de salud de esta institución, le digo a mi secretaria que los envíe donde el director médico para que el resuelva. Yo creo que aquí deben aprender los empleados a saber a quién tienen que dirigirse, en primera instancia a sus jefes de áreas, si no tienen respuesta está el área de talento humano que puede resolver cualquier tipo de inconvenientes en el hospital.

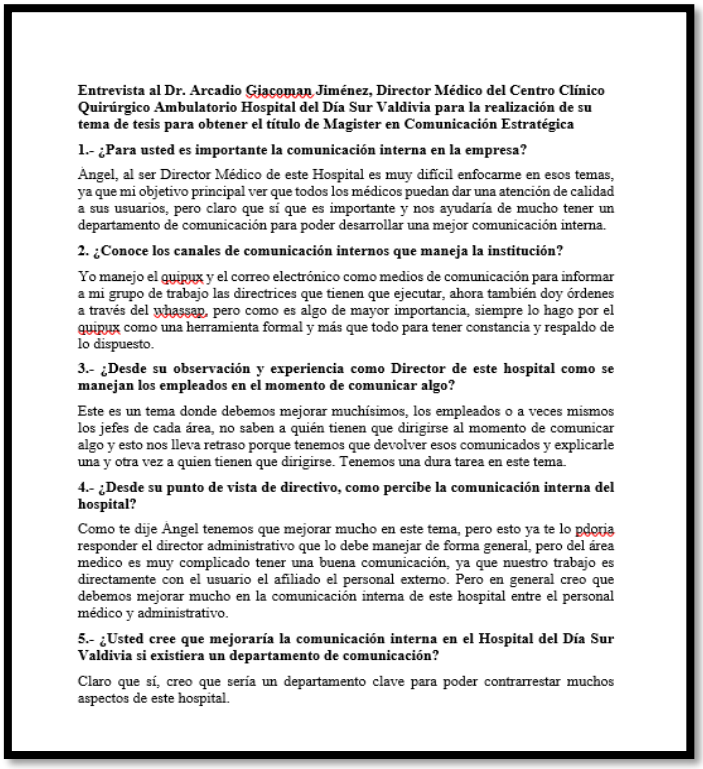
4.- ¿Desde su punto de vista de directivo, como percibe la comunicación interna del hospital?

La comunicación interna, como sabes no contamos con un área de comunicación, pero podemos manejar y mejorarla de a poco a través del área de talento humano, pero difícil, entiendo que el trabajo en esta institución es extenso, por eso de mi manera de ver las cosas dejamos en segundo plano este tipo cosas. Pero te puedo hablar de las áreas de la parte administrativa creo que tenemos una mejor comunicación ya que todos los días estamos desarrollando y ejecutando directrices que nos permite comunicar de una manera más ágil y con resultado que lo hemos demostrado en este tiempo de mi gestión.

5.- ¿Usted cree que mejoraría la comunicación interna en el Hospital del Día Sur Valdivia si existiera un departamento de comunicación?

Al ser una institución pública, yo creo mi opinión personal que nos ayudaría mucho si contaríamos con un departamento de comunicación, ojalá en un futuro podamos tenerlo, porque es un área que se encargaría de muchas cosas, al ser una institución publicas estamos expuestos a muchos comentarios y es necesario tener esta área donde podamos resolver inquietudes con el único fin de ayudar y servir a los afiliados que asisten a este hospital.

Anexo 6: Entrevista Dr. Arcadio Giacoman Jiménez Director Médico CCQA Hospital del Día Sur Valdivia



Entrevista al Dr. Arcadio Giacoman Jiménez, Director Médico del Centro Clínico Quirúrgico Ambulatorio Hospital del Día Sur Valdivia para la realización de su tema de tesis para obtener el título de Magister en Comunicación Estratégica

1.- ¿Para usted es importante la comunicación interna en la empresa?

Angel, al ser Director Médico de este Hospital es muy difícil enfocarme en esos temas, ya que mi objetivo principal ver que todos los médicos puedan dar una atención de calidad a sus usuarios, pero claro que sí que es importante y nos ayudaría de mucho tener un departamento de comunicación para poder desarrollar una mejor comunicación interna.

2. ¿Conoce los canales de comunicación internos que maneja la institución?

Yo manejo el quipux y el correo electrónico como medios de comunicación para informar a mi grupo de trabajo las directrices que tienen que ejecutar, ahora también doy órdenes a través del whassap, pero como es algo de mayor importancia, siempre lo hago por el quipux como una herramienta formal y más que todo para tener constancia y respaldo de lo dispuesto.

3.- ¿Desde su observación y experiencia como Director de este hospital como se manejan los empleados en el momento de comunicar algo?

Este es un tema donde debemos mejorar muchísimos, los empleados o a veces mismos los jefes de cada área, no saben a quién tienen que dirigirse al momento de comunicar algo y esto nos lleva retraso porque tenemos que devolver esos comunicados y explicarle una y otra vez a quien tienen que dirigirse. Tenemos una dura tarea en este tema.

4.- ¿Desde su punto de vista de directivo, como percibe la comunicación interna del hospital?

Como te dije Angel tenemos que mejorar mucho en este tema, pero esto ya te lo pdoria responder el director administrativo que lo debe manejar de forma general, pero del área medico es muy complicado tener una buena comunicación, ya que nuestro trabajo es directamente con el usuario el afiliado el personal externo. Pero en general creo que debemos mejorar mucho en la comunicación interna de este hospital entre el personal médico y administrativo.

5.- ¿Usted cree que mejoraría la comunicación interna en el Hospital del Día Sur Valdivia si existiera un departamento de comunicación?

Claro que sí, creo que sería un departamento clave para poder contrarrestar muchos aspectos de este hospital.

Anexo 7: Resultado de encuesta personal administrativo y personal médico

1	Considera usted que la institución cuenta con canales de comunicación interna?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
SI	29	131
NO	5	4
TOTAL	34	135

2	De las siguientes canales de comunicación, cual cree usted que es el mas utilizados en el Hospital Sur Valdivia?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1. Reuniones de trabajo	0	4
2. Correo electrónico	3	1
3.Reuninos de trabajo	6	0
4. Whatsapp	13	35
5.Quipux	11	94
6.Comentarios de pasillo	1	1
7. Otra (Menciónela)	0	0
TOTAL	34	135

3	¿Usted conoce el tipo de información que se maneja en los canales de comunicación ya establecidos por la institución?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
SI	24	56
NO	10	79
TOTAL	34	135

4	¿Cuál es el canal de comunicación que usted más utiliza?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1.Quipux	13	37
2.Correo electrónico	5	41
3.Reuninos de trabajo	1	1
4.Comentarios de pasillo	2	0
5.Telefono	0	2
6.Whatsapp	13	54
7. Otra (menciónela)	0	0
TOTAL	34	135

5	¿Cómo califica usted el manejo de la comunicación interna en el Harpital del Día Sur Valdivia?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1. Nada satisfactorio	2	36
2. Poco satisfactorio	8	40
3. N/A	2	2
4. Satisfactorio	20	42
5. Muy satisfactorio	2	15
TOTAL	34	135

6	¿Qué canal de comunicación cree usted que tiene un mensaje más significativo dentro de la institución?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1.Quipux	25	105
2.Correo electrónico	1	10
3.Reuninos de trabajo	2	9
4.Comentarios de pasillo	0	0
5.Telefono	0	3
6.Whatsapp	6	8
.Otra (menciónela)	0	0
TOTAL	34	135

7	En esta institución se evidencian conversaciones de pasillo como medio de comunicación para conseguir beneficios propios	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1. Nunca	10	31
2. Pocas veces	5	23
3. A veces sí, a veces no	13	69
4. Frecuentemente	3	12
5. Siempre	3	0
TOTAL	34	135

8	De estas dar canales de comunicación ¿A través de cuál te comunicas más?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1.Conversaciones directa con tu jefe	29	106
2.Conversaciones de pasillo	5	29
TOTAL	34	135

9	Dada su observación ¿Cómo usted define el flujo de comunicación que maneja el Harpital del Día Sur Valdivia?	
	PERSONAL ADMINISTRATIVO	PERSONAL MÉDICO
1.Ascendente	3	10
2.-Descendente	10	28
3.-Horizontal	10	71
4.-Todas	10	25
5.-Ninguna de las anteriores	1	1
TOTAL	34	135

10	¿Usted cree que mejoraría la comunicación interna en el Harpital del Día Sur Valdivia si existiera un departamento de comunicación?	
SI	29	119
NO	5	16
TOTAL	34	135

Anexo 8: Personal administrativo y medico encuestado

