



UNIVERSIDAD LAICA

VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PERIODISMO

TEMA:

**“ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR.
ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS
ADMINISTRATIVOS”**

TUTORA:

DIANA ISABEL ALMEIDA AGUILERA, MAGISTER

AUTOR:

MARÍA FERNANDA MORALES GALARZA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2017

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

María Fernanda Morales Galarza, declaro bajo juramento que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, según lo establece por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y normatividad institucionalidad vigente.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito del **ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS**

Autor:

**María Fernanda Morales Galarza
C.I. 0926605262**

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado el Proyecto de Investigación con el tema: “**ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al título de:

LICENCIADA EN PERIODISMO

Presentado por: María Fernanda Morales Galarza

Diana Isabel Almeida Aguilera, Magister
Tutora

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: María Fernanda Morales FINAL.docx (D27826854)
Submitted: 2017-05-03 16:18:00
Submitted By: dalmeidaa@ulvr.edu.ec
Significance: 8 %

Sources included in the report:

CAPITULO 1 - 2 final.docx (D21107402)
PETY pety.docx (D14673874)
PETY pety.docx (D14941677)
TESIS MARTHA BAJAÑA URKUND.docx (D14019908)
Oviedo Gabriela.Tesis.pdf (D18043464)
FREIRE-TATIANA-ENSAYO.pdf (D15702774)
<https://comunicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategia-tactica-fases-tecnicas-pasos/>

Instances where selected sources appear:

29

Diana Isabel Almeida Aguilera, Magister
Tutora



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO: ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS

AUTOR/ES:

MARÍA FERNANDA MORALES GALARZA

REVISORES:

DIANA ALMEIDA AGUILERA, MAGISTER

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA: PERIODISMO

FECHA DE PUBLICACIÓN:

N. DE PÁGS.: 103

ÁREAS TEMÁTICAS:

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

PALABRAS CLAVE:

COMUNICACIÓN – COMUNICACIÓN INTERNA – COMUNICACIÓN INTERNA HOSPITALARIA – COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

RESUMEN:

Se realizó este proyecto con el objetivo de valorar la utilidad de la comunicación interna en el funcionamiento administrativo del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, dependencia

de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil.

Se determinaron referentes teóricos y metodológicos para este estudio, por tanto se basa en los diferentes conceptos que se atribuyen y tienen relación con la comunicación organizacional, tipos de comunicación, comunicación interna, comunicación interna hospitalaria y demás.

Para identificar los tipos de comunicación que aplica la institución como herramientas, se utilizó la técnica de la investigación de campo y mediante encuestas y entrevistas se lograron identificar cada uno de los medios de comunicación interna que utiliza la institución para enviar mensajes a su público.

Este análisis valoró la efectividad de la comunicación interna en la institución y se determinó que esta debe desarrollarse como una actividad permanente y planificada, que debe integrar a los recursos necesarios para esta labor.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):	<input checked="" type="checkbox"/>	
ADJUNTO PDF:	SI <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTORES/ES: MARÍA FERNANDA MORALES GALARZA	Teléfono: 0982774362	E-mail: Ma.fernandamg89@gmial.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Nombre:	

	MSC. LUIS CORTEZ ALVARADO DECANO
	MSC. FEDERICO VARAS CHIQUITO DIRECTOR DE CARRERA PERIODISMO
	Teléfono: 2596500 EXT. 249 DECANO DIRECTOR DE PERIODISMO 251
	E-mail: wvillavicencios@ulvr.edu.ec rmedina@ulvr.edu.ec agabinon@ulvr.edu.ec mleorol@ulvr.edu.ec gmarriottz@ulvr.edu.ec

Quito: Av. Whymper E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y Carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

AGRADECIMIENTO

Este proyecto se lo dedico a mi madre, que con todo el esfuerzo de mundo ha logrado apoyarme y motivarme a lo largo de mi formación académica, por el sustento ilimitado e incondicional, por depositar en mí su entera confianza y jamás haber dudado de mi inteligencia y capacidad, sin su sacrificio no hubiera podido conseguir lo que hasta ahora, le agradezco a dios por permitirme contar con ella y disfrutar aun de su compañía.

A toda mi familia, por ayudarme a crecer y ser más fuerte para enfrentar los obstáculos que se han presentado en mi vida, por sus palabras de aliento y buenos deseos en mi futuro. A todos aquellos que contribuyeron y aun siguen contribuyendo en mi formación académica, profesional y moral por sus consejos, enseñanzas, y por compartir sus experiencias con el único deseo de que aprendiera de ellas y no cometa errores que luego la vida puede cobrar.

A la universidad y catedráticos que con su paciencia y dedicación en las aulas han logrado motivarme para así poder alcanzar mis objetivos, gracias a mi tutora que sin su apoyo, conocimientos y consejos no hubiese podido dar por terminado mi proyecto.

Principalmente le agradezco a dios que ha guiado mi camino, me ha cuidado y me ha dado la fortaleza necesaria para continuar.

ÍNDICE GENERAL

CAPITULO I	3
1. INTRODUCCIÓN	3
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
4.1 OBJETIVO GENERAL	7
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
7. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	9
8. IDEA A DEFENDER	9
CAPITULO II.....	10
9. MARCO TEÓRICO.....	10
8.1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	10
8.1.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	10
8.1.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	12
8.1.3 CULTURA ORGANIZACIONAL.....	15
8.1.4 COMUNICACIÓN INTERNA ORGANIZACIONAL.....	15
8.1.5 COMUNICACIÓN HOSPITALARIA:.....	19
8.1.6 COMUNICACIÓN INTERNA HOSPITALARIA.....	25
8.1.7 LA COMUNICACIÓN.....	26
8.1.8 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.....	32
8.2 MARCO LEGAL	39
8.2.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR	39
8.2.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN	41
8.3 MARCO CONCEPTUAL	43
CAPITULO III	49
8.4 MARCO METODOLÓGICO.....	49
8.4.1 METODOLOGÍA	49

8.4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
8.4.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	51
8.4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	52
8.4.5 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS	56
ENTREVISTA # 1	73
ENTREVISTA # 2.....	74
CONCLUSIONES:	77
RECOMENDACIONES:.....	79
BIBLIOGRAFÍA.....	81
ANEXOS	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 Frecuencia de pregunta #1	56
Tabla # 2 Frecuencia de pregunta #2	58
Tabla # 3 Frecuencia de pregunta #3	59
Tabla # 4 Frecuencia de pregunta #4	61
Tabla # 5 Frecuencia de pregunta #5	63
Tabla # 6 Frecuencia de pregunta #6	64
Tabla # 7 Frecuencia de pregunta #7	65
Tabla # 8 Frecuencia de pregunta #8	67
Tabla # 9 Frecuencia de pregunta #9	68
Tabla # 10 Frecuencia de pregunta #10	69
Tabla # 11 Frecuencia de pregunta #11	70
Tabla # 12 Frecuencia de pregunta #12	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura # 1. Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.....	21
Figura # 2. Referencia y ubicación del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.....	53
Figura # 3. Tabulación de pregunta # 1	57
Figura # 4. Tabulación de pregunta # 2	58
Figura # 5. Tabulación de pregunta # 3	60
Figura # 6. Tabulación de pregunta # 4	62
Figura # 7. Tabulación de pregunta # 5	63
Figura # 8. Tabulación de pregunta # 6	65
Figura # 9. Tabulación de pregunta # 7	66
Figura # 10. Tabulación de pregunta # 8	67
Figura # 11. Tabulación de pregunta # 9	68
Figura # 12. Tabulación de pregunta # 10	69
Figura # 13. Tabulación de pregunta # 11	70
Figura # 14. Tabulación de pregunta # 12	72

RESUMEN

Se realizó este proyecto con el objetivo de valorar la utilidad de la comunicación interna en el funcionamiento administrativo del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, dependencia de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil.

Se determinaron referentes teóricos y metodológicos para este estudio, por tanto se basa en los diferentes conceptos que se atribuyen y tienen relación con la comunicación organizacional, tipos de comunicación, comunicación interna, comunicación interna hospitalaria y demás.

Para identificar los tipos de comunicación que aplica la institución como herramientas, se utilizó la técnica de la investigación de campo y mediante encuestas y entrevistas se lograron identificar cada uno de los medios de comunicación interna que utiliza la institución para enviar mensajes a su público.

Este análisis valoró la efectividad de la comunicación interna en la institución y se determinó que esta debe desarrollarse como una actividad permanente y planificada, que debe integrar a los recursos necesarios para esta labor.

PALABRAS CLAVES: COMUNICACIÓN – COMUNICACIÓN INTERNA –
COMUNICACIÓN INTERNA HOSPITALARIA – COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.

SUMMARY

ABSTRAC

This project was carried out with the objective of evaluating the usefulness of internal communication in the administrative operation of the Children's Hospital Dr. Roberto Gilbert Elizalde, a dependency of the H. Charitable Board of Guayaquil.

Theoretical and methodological references were determined for this study, so it is based on the different concepts attributed and related to organizational communication, types of communication, internal communication, internal hospital communication and others.

To identify the types of communication that the institution uses as tools, the field research technique was used and through surveys and interviews, it was possible to identify each of the internal media used by the institution to send messages to its public.

This analysis assessed the effectiveness of internal communication in the institution and determined that it should be developed as a permanent and planned activity, which must integrate the resources needed for this work.

KEY WORDS: COMMUNICATION - INTERNAL COMMUNICATION - HOSPITAL
INTERNAL COMMUNICATION - ORGANIZATIONAL COMMUNICATION.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto detalla en primera estancia el planteamiento del problema al cual está basada esta investigación, la problemática que enfrentan las organizaciones por la falta de un medio de comunicación idóneo que se acople a sus necesidades, los objetivos generales y específicos que se buscaron lograr y la justificación e importancia de la misma.

En el segundo capítulo se desarrollan conceptos de la comunicación, la importancia y la cultura organizacional que se ha venido desarrollando a lo largo del tiempo, se detallan los conocimientos de la comunicación interna organizacional y hospitalaria y mediante los análisis de diferentes autores se hace relación con este trabajo. Se define el término de comunicación y comunicación efectiva para dejar expuesto el proceso de la comunión, los elementos que intervienen y los tipos de comunicación que se manejan.

La tercera parte del proyecto identifica la metodología a utilizar, dentro del proceso para la obtención de resultados se realizó una representación, simplificación, análisis e interpretación de los datos obtenidos, finalizando con las conclusiones y recomendaciones sugeridas.

TEMA:

LA COMUNICACIÓN INTERNA HOSPITALARIA

TÍTULO:

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Uno de los procesos fundamentales de toda organización del siglo XXI es el manejo de la comunicación interna.

La gestión comunicacional agrega un valor estratégico en los objetivos a alcanzar de una empresa ya que influye en el público interno y externo, el buen manejo de la comunicación interna logra resultados positivos y medibles.

Una de las problemáticas que enfrentan las organizaciones, es la falta de un medio de comunicación idóneo que se acople a sus necesidades como son las de transmitir mensajes concretos que orienten al personal a la participación en los diferentes procesos y lineamientos previamente establecidos.

Conservar una buena comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un desafío para las empresas. Para mantener la imagen institucional es importante la interacción de todo el personal que la compone.

Toda entidad hospitalaria cumple con la misión social de velar por la salud de un enfermo, sin embargo las formalidades que cumplen para lograr sus objetivos van más allá de una simple gestión y la administración interna que realizan resultan ser compleja debido a la cantidad de personas que trabajan en la institución de distintas especialidades científicos, administrativos, técnicos, entre otros, los cuales se deben complementar e intervenir en los diferentes proceso que necesariamente deben cumplir con el fin de brindar un buen servicio.

Parte de la visión del Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde (HRG), es ser un referente latinoamericano en atención integral de salud pediátrica, y uno de los principales problemas que tiene actualmente la institución es que la comunicación interna no utiliza canales eficientes para llegar a todos sus colaboradores.

Esta problemática dificulta transmitir al personal las directrices que la institución está implementando para lograr la calidad total y la mejora continua. Hay que recalcar que una deficiente comunicación interna hace que no se cumplan con los objetivos planteados en una empresa.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo influye la comunicación interna del hospital Dr. Roberto Gilbert Elizalde, en los procesos administrativos?

4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo es actualmente la comunicación interna del Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde?

¿Qué canales de comunicación interna utiliza el Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, dentro de sus procesos?

¿Qué tipo de comunicación interna utiliza el Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde?

¿Qué problemas administrativos se evidencian dentro de los procesos del Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde?

5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la influencia del sistema de comunicación interna del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, en sus procesos administrativos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar los referentes teóricos y metodológicos utilizados en la comunicación interna del Hospital Dr. Roberto Gilbert Elizalde.

Identificar los tipos de comunicación que se utilizan dentro del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.

Evaluar la efectividad de los canales de comunicación interna del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde en los procesos administrativos.

Valorar la utilidad de la comunicación interna para el funcionamiento administrativo del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.

6. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En la actualidad toda entidad hospitalaria busca ser referente en atención integral de salud y para ello se merece cumplir con ciertos parámetros útiles que no necesariamente tienen que ver con la medicina sino también con la administración y sus gestiones internas que ayudan a cumplir sus objetivos a largo plazo.

Es necesario que en toda entidad hospitalaria se maneje un plan de comunicación para lograr que sus miembros lleguen a estar de acuerdo y puedan ver cumplir sus metas.

El Hospital de niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, no cuenta con un departamento de Relaciones Públicas, por lo cual se deja en el limbo y no se evidencian las estrategias para la comunicación interna hospitalaria, para elegir que información es necesaria distribuir, cómo y cuándo comunicarla efectivamente a los empleados.

Debido a que el HRG apunta a ser referente latinoamericano en atención integral de salud pediátrica, no podría dejar de lado la calidad en la comunicación que maneja con sus empleados.

Si no existe calidad total en la comunicación interna, el servicio no podría ser eficiente y se evidenciaría en el descontento de los usuarios. Con un tipo de comunicación adecuado y eficiente mejoraría la participación y atención integral de esta dependencia entre personal interno, externo y/o usuarios.

Para realizar el análisis de la comunicación interna de esta dependencia hospitalaria, se realizará una investigación de campo previo a la obtención de resultados (encuestas) para reconocer los procesos internos, el flujo de la comunicación, con el objetivo de indagar acerca de sus falencias y obstáculos para el adecuado desarrollo de la comunicación.

Una vez concluido este análisis podrá ser aplicado a cualquier dependencia hospitalaria u organización que apunte hacia un referente ya que la comunicación interna se ha convertido en una necesidad obligatoria para cualquier empresa en desarrollo.

7. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto se llevará a cabo durante el período 2016-2017, en la ciudad de Guayaquil, en el Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.

El análisis referido se realizará con las personas que conforman el área Administrativa de dicha dependencia, en la cual laboran 296 personas.

8. IDEA A DEFENDER

Un estudio de la Comunicación Interna, nos ayudara a identificar los problemas en los procesos administrativos del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, de esta forma podremos mejorar su sistema administrativo, permitiendo un progreso y mejora los servicios.

CAPITULO II

9. MARCO TEÓRICO

8.1 MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

8.1.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Para Castro (2012):

La Comunicación Organizacional es uno de los factores fundamentales en el funcionamiento de las empresas, es una herramienta, un elemento clave en la organización y juega un papel primordial en el mantenimiento de la institución. Su actividad es posible gracias al intercambio de información entre los distintos niveles y posiciones del medio; entre los miembros se establecen patrones típicos de comportamiento comunicacional en función de variables sociales, ello supone que cada persona realiza un rol comunicativo. (pág. 65)

Partiendo de la perspectiva de Castro, la comunicación organizacional es el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización, donde los integrantes intercambian ideas y percepciones entre los diferentes públicos. La comunicación es un conjunto de técnicas y actividades, que sirven para desarrollar estrategias que facilitan el flujo de los mensajes, por lo que se considera un eje importante dentro de una empresa ya que la constante información crea

relaciones comunicativas internas que se reflejan hacia el público externo, creando la imagen e identidad de la institución.

La comunicación organizacional se desarrolla dentro de un sistema complejo y muy amplio el cual es influenciado por distintos factores como son: el ambiente de trabajo, los mensajes, la dirección, el propósito, el flujo y el medio que se emplea para la transmisión.

En la comunicación organizacional se debe suministrar información precisa, en tonos apropiados para cada uno de los receptores, ya que una información precisa y oportuna facilita a los miembros de una institución a alcanzar sus metas individuales y a la empresa sus objetivos trazados.

Según Chiang (2012) “El objeto de la comunicación interna de las empresas es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes”. Es decir que en una institución no se puede permitir que sus integrantes carezcan de información entorno a la empresa. “La comunicación interna en la empresa constituye uno de los elementos centrales para articular las relaciones entre los diferentes departamentos de la organización empresarial”. (pág. 87)

Robledo (2015) plantea que la comunicación es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información apropiada acerca de de la institución para la cual laboran y los cambios que ocurren dentro de la misma.

Sin comunicación una empresa no puede existir, la coordinación del trabajo sería imposible y se desconocerían los procesos para manejarla. La cooperación también se tornaría insostenible ya que los empleados no podrían comunicar sus necesidades y demás asuntos, por esta razón se puede concluir que todo acto de comunicación influye en el manejo de una organización.

Se considera que la comunicación organizacional permite a los miembros de una empresa desarrollar información relevante y proporcionar información de los procesos internos, además de motivar las relaciones laborales (lo que ayuda a los empleados a integrarse en su propio entorno), asegurando de esta manera lograr alcanzar sus objetivos.

Collado (2015) define la comunicación organizacional como:

Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos. (pág. 27)

8.1.2 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Según Preciado, Guzmán y Lozada, (2013):

La comunicación en el contexto de las organizaciones se optimiza, porque favorece el diálogo horizontal, la apertura de nuevas formas de influencia, la valoración de los procesos de relación con los públicos, por encima de la mera selección de medios y mensajes. (pág. 09)

En toda organización puede llegar a generarse información dispersa y muy variada, por lo que en cada una de ellas se requiere la presencia de un profesional que se encargue de identificar los instrumentos adecuados en la gestión de la comunicación.

El Departamento de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Técnica Particular de Loja, publicó en su espacio virtual el Observatorio de la Comunicación Estratégica en Ecuador, en diciembre del 2015 un informe llamado “Gestión de la Comunicación Estratégica en las Organizaciones: Enfoque ecuatoriano e internacional”, donde menciona la importancia y relación de la comunicación organizacional y el DirCom. A raíz de dicha investigación se revelan datos de temas específicos como son: las áreas que conforman una organización y sus principales líneas de acción, cumplimiento de objetivos, medición de resultados y finalmente el aporte a la gestión estratégica de comunicación.

A lo largo del tiempo la comunicación en las empresas ha venido ganando reconocimiento debido a la necesidad de comunicarse con sus miembros y gestionar información interna que circula a diario. La comunicación en una institución, es la fuerza que une a sus colaboradores a través de la cual pueden llegar a un punto de vista en común y cooperar para lograr sus objetivos.

El estudio realizado por Mónica María Valle Flórez, publicado en la revista *Luciérnaga*, de la Universidad Autónoma de San Luis, en México, determina que la comunicación organizacional es un campo de amplio conocimiento que estudia el intercambio de mensajes internos y externos, un proceso, una práctica que comprende un conjunto de actitudes, técnicas y habilidades. El envío, recepción de códigos y descifrado de los mismos es siempre un proceso dual en el que intervienen dos partes donde no solo es cuestión de enviar señales, es cuestión de saber recibirlas y saber decodificarlas adecuándose al comportamiento comunicativo y a los distintos escenarios y actores con que se actúa.

La comunicación y organización son inseparables, por ello la comunicación organizacional es el medio por el cual se recolecta información relevante de una empresa permitiendo dirigir la comunicación interna, analizar las experiencias y críticas en el interior de la institución.

La comunicación organizacional es una de las herramientas más útiles dentro de una empresa ya que si se opera de manera eficiente e integral dentro de todos los procesos, desarrolla grandes beneficios para los empleados y la institución. Dentro de cada uno de los procesos se encuentra el manejo de los siguientes canales de comunicación como son: intranet, internet, email, carteleras, altoparlante, comunicación escrita, teléfono, personal etc. que siendo bien utilizados promoverán la participación de los empleados en sus distintas actividades.

8.1.3 CULTURA ORGANIZACIONAL

Cuando se habla de cultura organizacional se hace referencia a los valores, costumbres y tradiciones que diferencia a una empresa de las demás, también es considerada el perfil que define la imagen de una institución.

La comunicación organizacional emerge de la institución y depende de lo que se hace y cómo lo hace. Costa (2010) sostiene que la cultura organizacional es el conjunto de pautas dinámicas que guían la conducta global (decisiones y acciones) de la empresa.

La cultura organizacional cobra existencia en los hábitos de comportamiento, valores y costumbres, de allí la importancia de la comunicación. Debido a estos hábitos el interior de cada institución puede llegar ser diferente de otras, tener un lenguaje propio, un ambiente especial, que hacen parte de distintos ecosistemas o climas laborales.

En resumen, la cultura organizacional es el conjunto de acciones y actuaciones que guían la conducta de los actores internos que conforman una organización, siguiendo los lineamientos de integración de trabajo a través de un buen clima laboral que permite el resultado exitoso de los objetivos empresariales.

8.1.4 COMUNICACIÓN INTERNA ORGANIZACIONAL

La comunicación interna se refiere al proceso comunicativo que se lleva a cabo en una organización, es decir, que este tipo de comunicación busca el logro de objetivos a través de mensajes que fluyen en el interior de una institución.

Según Túñez (2012):

La comunicación interna ha de servir para dar a conocer lo que pasa en la organización y lo que la organización hace, los cambios en el entorno que le afectan positiva y negativamente, las novedades laborales y salariales, los balances económicos o de gestión, la actividad de los dirigentes, los planes de vacaciones, las actividades de formación. Todo lo que está relacionado con la organización y con sus miembros debe ser transmitido internamente y, para generar más confianza, debe ser conocido por canales internos antes de ser divulgada al exterior. (pág. 74)

Según Andrade, (2010) el objetivo de la comunicación interna es contribuir al logro de los resultados organizacionales, fortalece la identificación de los colaboradores y la empresa, facilitando información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración y generando de ellos su imagen.

Para Chiang (2012):

El objetivo de la comunicación interna de las empresas es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos los integrantes. Lo cual constituye uno de los elementos centrales para desarrollar relaciones entre los diferentes departamentos. Cuando la comunicación es eficaz, mejora el desempeño y promueve la satisfacción en el trabajo, los empleados se sienten comprometidos y desenvuelven mejor en sus funciones, si la comunicación es deficiente los efectos serán perjudiciales para la empresa. (pág. 87)

Una organización no puede existir sin comunicación interna, porque sin esta los administradores no podrían recibir información de sus subordinados, no podrían dar instrucciones y coordinar el trabajo, los empleados no sabrían que hacen sus compañeros, no sabrían cómo desarrollar un proceso, en resumen la empresa no sería posible.

En las organizaciones de éxito se le da importancia a la comunicación ya que contribuye en gran parte a mejorar el ambiente comunicativo y el clima laboral; es decir que procura la integración de esfuerzos y el fortalecimiento de la institución.

Dentro del proceso de transmisión de mensajes intervienen directamente los denominados Stakeholders, esta denominación es teoría de Freeman, quien los menciona en su libro Strategic Management en 1984, como un grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por los objetivos a cumplir de una organización. Este término incluye a empleados, clientes, proveedores y demás.

Cabe resaltar que en la comunicación interna, los empleados son el Stakeholders principal y para que la comunicación sea perfecta debe existir una correlación directa entre la institución y los colaboradores, lo que ayudará a mejorar las relaciones laborales.

Las entidades que brindan salud ya sea públicas o privadas deben garantizar la habilidad comunicativa en su institución, en donde sus empleados tengan conocimientos plenos referente a la entidad y se identifiquen con la misma, para que sientan que son tomados en cuenta en el desarrollo de las metas de la organización. Todas las áreas que integran una institución deben estar enmarcadas dentro de los parámetros de responsabilidad y colaboración.

8.1.4.1 PROBLEMAS QUE SE EVIDENCIAN EN COMUNICACIÓN INTERNA

Dentro de todo proceso comunicacional existe la posibilidad de generar conflictos debido al carácter y las distintas formas de pensar de cada persona, lo cual representa graves problemas en la gerencia de la empresa, por tal motivo es importante promover una comunicación de calidad y efectiva como una estrategia para facilitar los procesos y disminuir la posibilidad de generar un clima organizacional que obstaculice el rendimiento de la institución. Entre los problemas que se evidencian son: malos entendidos, mensajes distorsionados, barreras en el idioma, recepción de información incompleta, comunicación excesiva e irrelevante.

Para tener una comunicación eficiente y la solución de los conflictos, las partes deben comunicarse y negociar, manifestando las inconformidades. Frente a esto, es donde interviene un representante de la comunicación interna o DirCom, como lo menciona el informe “Gestión

de la Comunicación Estratégica en las Organizaciones”. Dicho informe menciona que la comunicación es el corazón de la organización y que toda empresa independiente de su tamaño, requiere de la presencia de expertos de la comunicación en su estructura.

8.1.5 COMUNICACIÓN HOSPITALARIA:

Dentro de los últimos años las instituciones hospitalarias se han sometido a diversos cambios en pro de mejoras, en busca del desarrollo, en cuanto a los temas sanitarios y certificaciones, lo cual representa un reto para las mismas.

La revista Austral Comunicación de Cataluña, en su artículo “La Comunicación Hospitalaria: Un nuevo desafío para la comunicación Institucional” publicado en diciembre del 2012, menciona que; en estos últimos años, cada vez más hospitales han decidido implantar un departamento de comunicación institucional. Una de las responsabilidades más importantes que asume ese departamento es la definición de los elementos constituyentes de la política de comunicación institucional del hospital, es decir la identidad, la misión, la visión, la cultura y la imagen. La fijación de estos elementos ayuda al hospital a establecer su posicionamiento estratégico, lo cual es clave en un contexto caracterizado por el aumento de la competencia, el desarrollo de los grupos hospitalarios privados, la creación de hospitales presentes en diferentes países y el interés creciente que la población manifiesta hacia los temas sanitarios, lo cual implica una exposición social cada vez mayor por parte de los hospitales.

Según Costa, (2011) la comunicación constituye una herramienta imprescindible para el trabajo profesional sanitario, tanto en la relación con los usuarios como en la relación con sus compañeros y jefes.

Se necesita una comunicación saludable y una medicina comunicativa, es decir, una comunicación que contribuya a mejorar la salud de los ciudadanos y una medicina que tenga interés por comunicar. Dos caras de una misma moneda, inseparables y necesarias.

Las organizaciones empresariales en general y el hospital en particular, necesitan la participación y la visión compartida de sus trabajadores, que son los que proporcionan innovación, mayor productividad y calidad. La comunicación en un centro hospitalario se ha convertido en un medio imprescindible, sin comunicación no habría comprensión y consecuentemente, no habría cambios.

Por lo tanto, se convierte en la piedra angular para la producción de fenómenos y cambio necesarios en busca de la mejora continua, en un elemento facilitador de la integración del personal sanitario, a través de la gestión y el compromiso, en el proyecto de empresa y en un agente de cambio que posibilita la adecuación de la nueva organización hospitalaria a las cambiantes exigencias del entorno y de la evolución tecnológica y social.

8.1.5.1 HOSPITAL DE NIÑOS Dr. ROBERTO GILBERT ELIZALDE

El hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, es una entidad sin fines de lucro que pertenece a la Junta de Beneficencia de Guayaquil.



Figura # 1. Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde

Fuente: Página Web Google Maps.

Dicha entidad hospitalaria brinda atención integral a la población pediátrica de la ciudad de Guayaquil, pero debido a que cuenta con un equipo humano altamente capacitado, calificado y con espíritu humanitario de solidaridad, atiende a niños de todo el Ecuador.

El hospital cuenta con 1,278 trabajadores, entre ellos médicos pediatras y especializados, todos comprometidos en el cuidado de la salud infantil. Tiene una capacidad de 385 camas para la atención de los niños.

El hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, cuenta también con un programa permanente de posgrados, anualmente recibe a diversos grupos de médicos especialistas que brindan capacitaciones médicas y de enfermería.

Cuenta con una clínica privada de nombre Antonio Pino Ycaza, la cual ofrece atención médica especializada y servicio de primera para personas que deseen un servicio personalizado para sus hijos. Funciona con 23 habitaciones privadas y 18 semiprivadas, y el dinero que genera se destina a cubrir los gastos del área general de la casa de salud, lo que ayuda a que muchos niños de escasos recursos reciban atención médica a bajos costos.

MISIÓN:

Somos una organización de salud pediátrica, que brinda servicios médicos integrales con calidad y calidez a todos los que lo requieren.

VISIÓN:

Somos en el 2018 el referente latinoamericano en atención integral de salud pediátrica.

Para cumplir con nuestra misión y darle sentido a la visión, estamos comprometidos con la continua formación y actualización de nuestros directivos y colaboradores.

VALORES

En cuanto a los valores de dicha institución hospitalaria se destacan los siguientes:

Innovación

Gestionan el conocimiento de modo original al servicio del progreso humano promoviendo el desarrollo profesional y tecnológico, la docencia, la investigación científica y la mejora continua de sus servicios.

Integridad

Cumplen con sus tareas y deberes con rectitud y honradez. Respetan la dignidad humana, cuidan la seguridad del paciente y de sus colaboradores, hacen lo correcto con transparencia y profesionalismo a través de prácticas éticas y morales.

Liderazgo

Con espíritu de trabajo colaborativo y con profundo sentido de compromiso realizan la obra de beneficencia confiada por la ciudad y el país.

Solidaridad

Reconocen en el bien común, el sentido de una vida exitosa para todos. Es por ello que trabajan con pasión, energía, profesionalismo y compromiso en busca de la unidad entre los componentes de la sociedad ecuatoriana para enaltecer la dignidad humana y el trato afectivo que se prodiga a todo aquel que necesita ayuda.

Sostenibilidad

Atienden a las necesidades de la sociedad ecuatoriana sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

POLÍTICA DE CALIDAD

Son un centro hospitalario pediátrico, con el objetivo de brindar atención a niños y niñas en sus diferentes etapas de vida, con trastornos de diversos grados de intensidad en su estado de salud.

La institución busca proporcionar, a través del mejoramiento continuo, una instalación segura y funcional, un ambiente controlado para los pacientes, familias, personal y visitas, en base a las normas legales.

CERTIFICACIONES

El Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert obtuvo la certificación ISO 9001 en mayo del 2006, y un recertificado de su Sistema de Gestión de Calidad en la versión 2008 en septiembre del 2010.

El alcance de la certificación comprende procesos claves como la atención ambulatoria pediátrica y de especialidades, áreas de hospitalización, áreas críticas como las unidades de

cuidados intensivos pediátrica y neonatal, área de cuidados intermedios pediátrica y neonatal, área de niños quemados y emergencia; además de docencia e investigación.

Es un Centro de Entrenamiento de la Asociación Americana del Corazón AHA, para capacitación de su programa de "Apoyo vital avanzado en Pediatría AVAP" (PALS por sus siglas en inglés), además de ser un hospital docente como sede del Posgrado de Pediatría desde hace más de 25 años.

8.1.6 COMUNICACIÓN INTERNA HOSPITALARIA

En el año 2016 la Revista *Questión* especializada en periodismo y comunicación publicó un artículo denominado “Estrategias de comunicación interna y externa” donde realiza un análisis a 11 hospitales y sus estrategias en comunicación, con el fin de reconocer los procesos comunicacionales.

Según la información obtenida en el análisis se demuestra que existe un avance en la implementación de estrategias comunicacionales pero, en la mitad de los 11 hospitales, la comunicación hospitalaria es un campo muy poco explorado, por lo que se presenta la necesidad de fortalecer los procesos a través de la conformación de un área o departamento de comunicación.

En el análisis de la revista se puede distinguir un modelo piramidal en donde la información desciende caracterizando un paradigma de salud autoritario y verticalista, donde prevalece el saber científico y técnico, quedando fuera los factores sociales y culturales de los empleados y usuario. El pensamiento tradicional de la comunicación y su relación con la salud pública constituye, según postulados realizados por la Organización Mundial de la Salud, que la comunicación en salud comprende el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud.

Medina Aguerrebere (2012) describe que los hospitales son instituciones complejas que están formadas por subsistemas interrelacionados que trabajan de forma coordinada y conjunta, en donde se desempeñan personas que desarrollan distintas tareas.

Cuando se refiere a los procesos de comunicación en el ámbito de la salud, se debe considerar a los actores, sus interacciones, el contexto en el que ocurren y el nivel o escala en la que se dan los procesos comunicacionales. Por lo tanto a la hora de planificar estrategias de comunicación en este tipo de instituciones, se debe contemplar sus características y particularidades.

8.1.7 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es el proceso dinámico que utilizamos para el intercambio de información, es una actividad consiente de intercambiar mensajes entre dos o más personas con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema de signos y normas semánticas.

Las destrezas de comunicación tanto oral como escritas son cruciales dentro de este proceso, son herramientas que los seres humanos usamos para interpretar, reproducir, mantener y transformar el significado del mensaje recibido o que se desea enviar. En resumen la comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información desde un punto a otro, es un proceso básico de todas las organizaciones que permite el desarrollo y funcionamiento de la misma.

8.1.7.1 COMUNICACIÓN EFECTIVA:

La comunicación es efectiva, cuando el mensaje que se procura enviar llega al receptor de la manera más similar posible a la idea que quiso expresarse; por lo cual es importante que las instituciones creen canales de comunicación que permitan construir vínculos entre los empleados.

La comunicación efectiva dentro de una organización es de vital importancia, el uso de un canal adecuado generalmente depende de lo que se vaya a transmitir, si es una información o comunicación formal o informal; por lo que se debe observar y procurar conocer cuál es la situación de los empleados, sus pensamientos, sentimientos y lo que esperan de la institución. La transmisión de información a los empleados no solo sirve para dar directrices sino también dar a conocer los valores institucionales, lo cual servirá para hacer de la empresa y sus proyectos un mismo elemento coherente, además de brindar confianza a los mismos.

La diferencia de los mensajes se caracteriza por el flujo de los mismos, la cantidad de información que se maneja en una institución es innumerable y avasallar con una cantidad irrelevante de mensajes a los empleados es perjudicial y provoca desinterés. Por lo tanto el principal contenido de una comunicación efectiva consiste en impactar a los trabajadores de manera positiva, para que se pueda discernir de forma clara las ideas, solo así se conseguirá la participación y el esfuerzo colectivo para conseguir el éxito.

8.1.7.2 PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

Dentro de una organización el proceso de comunicación es uno de los puntos más importantes para el logro de implementar estrategias que vayan ligadas normalmente a los lineamientos de la institución.

El proceso de la comunicación es bidireccional. Según Berger (2011) “Se denomina comunicación organizacional al proceso por el cual se transmite información entre un emisor y un receptor” (págs. 48,49).

Los elementos que intervienen en el proceso de comunicación son:

- ✓ **Emisor:** Es aquel que desarrolla la idea que desea transmitir, la planifica y la proyecta de acuerdo a su propósito (para lo cual podría utilizar distintos medios de comunicación).

Ya que el emisor es quien desarrolla la idea a transmitir, existen cinco principios básicos para precisar la codificación de un mensaje y que deben estar presentes a la hora de pretender informar dentro de una organización:

1. **Pertinencia.-** El contenido del mensaje debe tener un significado, para lo cual se deben seleccionar las palabras o símbolos a utilizar.
 2. **Sencillez.-** El mensaje debe estar formulado con palabras claras y de fácil entendimiento.
 3. **Organización.-** El mensaje de contener una idea principal que se evidencie, además de disponer una serie de puntos que faciliten la comprensión.
 4. **Repetición.-** Los puntos principales deben indicar al menos dos veces en el mensaje.
 5. **Enfoque.-** El mensaje debe ser claro, prescindir de detalles que no sean necesarios y tergiversen la información.
- ✓ **Mensaje:** Representa la información que se desea transmitir, es el conjunto de signos que comunican algo, es el contenido de la comunicación que proviene del emisor.

Para la elaboración del mensaje se debe tener en cuenta al receptor, pensar en el contenido, ser breve, y organizar el mensaje desde lo más importante hasta lo menos destacado.

- ✓ **Canal:** Es el medio por el cual viaja y se transmite el mensaje, es el elemento físico utilizado para la transmisión de información, no todos los canales logran transmitir correctamente una idea y estos pueden ser formales e informales dentro de una institución.

- ✓ **Receptor:** Es quien recibe la información y a su vez cierra el proceso de comunicación ya que realiza la recepción, decodificación y aceptación del mensaje; de esto depende la retroalimentación.
 - a) **Retroalimentación.-** Es el proceso inverso que expresa la reacción que provocó sobre el receptor el mensaje enviado por el emisor, la retroalimentación es la respuesta que se obtiene de un mensaje, es decir la información que se recibió logró un efecto.

 - b) **Ruido.-** Se refiere a aquello que llega a interrumpir la información, estos se convierten en obstáculos dentro un proceso de comunicación, ya que pueden darle significado erróneo y afecta a la nitidez del mensaje y a la información que se desea publicar.

8.1.7.3 TIPOS DE COMUNICACIÓN

Se entiende por comunicación a la capacidad de acción de intercambiar información, ya sea entre uno o más personas, utilizando distintos canales para lograr un mismo objetivo que es el de comunicar.

Dentro una institución existen dos tipos marcados de comunicación, interna y externa, las cuales se complementan en el funcionamiento y desarrollo de las actividades diarias de la organización.

A continuación una breve descripción de las mismas:

- **Comunicación Interna.-** Este tipo de comunicación interna fluye por canales formalmente establecidos, se refiere al proceso informativo que se lleva a cabo dentro de la institución, es decir que busca el logro de los objetivos organizacionales.

- **Comunicación Externa.-** Se refiere al conjunto de mensajes que emite la organización al público externo, proyectando o promoviendo la imagen de la institución.

Este análisis está enfocado en comunicación hospitalaria y hace referencia a la gestión administrativa, por consiguiente se utilizará como referencia principal a la comunicación interna.

8.1.8 FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Para Ruiz (2010) “La Comunicación Interna es el intercambio planificado de mensajes dentro del seno de una empresa” (pág. 193). Con lo que se establece un conjunto de procesos para transferir información, los cuales permiten conseguir los objetivos trazados en la institución.

La comunicación interna responde a un fin previamente planificado por la institución y sus lineamientos, creando las condiciones necesarias para el logro de los objetivos trazados y para lo cual debe tener en cuenta las siguientes funciones:

- Desarrollo y sostenimiento de las relaciones interpersonales.
- Facilitar las relaciones entre la empresa y las personas que la integran.
- Elaboración de la información respecto a los objetivos de la organización.
- Orientación y desarrollo de la información.

Según Díaz (2010) la Comunicación Organizacional Interna es un puntal fundamental para el desarrollo de las actividades de las empresas y sus principales funciones y objetivos son:

- Favorece o promueve las relaciones eficientes entre las personas.
- Constituye un medio de cohesión interna.

- Coordina adecuada responsablemente los recursos disponibles.
- Orienta a las personas hacia el logro de una misión compartida.
- Integra la convivencia entre lo formal y lo informal.
- Establece una relación abierta con el entorno (pág. 138).

8.1.8.1 TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Para la EHB (2010), “La comunicación se puede clasificar en distintas tipologías dependiendo del canal utilizado y el grado de interacción entre emisor y receptor” (pág. 148).

Dependiendo del canal que se vaya a utilizar y el tipo de relación que exista entre el emisor y el receptor se puede clasificar en:

- **Comunicación Escrita:**

Se representa mediante signos, siguiendo los lineamientos de las reglas del lenguaje como sintaxis y morfosintaxis.

Se utiliza el sentido de la vista, se percibe a través de la visión, pues las palabras se leen y, por ende esto causa una mayor concentración del lector, para analizar el contenido y evaluar las formas de la escritura o el sentido que tiene ésta.

- **Comunicación Oral:**

La comunicación oral se realiza por medio del lenguaje, sonidos, expresiones, elemento vocal, intensidad, tono, estilo o fluidez, utiliza principalmente palabras comunes entre el emisor y el receptor. En este tipo de comunicación oral, su retroalimentación es inmediata y en ella se llevan a cabo expresiones corporales o faciales como las miradas, actitudes, gestos, posiciones, etc.

- **Comunicación No verbal:**

La comunicación no verbal se realiza a través de signos diversos, imágenes captadas por los sentidos (sensoriales), gestos o movimientos corporales. El mensaje puede modificarse, complementarse o substituirse.

Según su interacción se puede clasificar en:

- **Comunicación Directa:**

La comunicación directa se da entre dos o más personas ubicadas en el mismo tiempo y espacio.

La comunicación directa oral, admite gestos, muletillas, oraciones inconclusas, saltos de tema, de modo que un ejemplo de este tipo de comunicación directa ocurre a diario entre las personas.

- **Comunicación Indirecta:**

Se denomina comunicación indirecta cuando utilizamos un medio como instrumento o herramienta para transmitir el mensaje entre el emisor y receptor. Este medio puede ser teléfono, email, periódico, radio, libros, entre otros.

Según Etchegaray (2010). “Existen dos tipos de comunicación interna: comunicación formal e informal” (págs. 88,89).

- **Comunicación Formal:**

La comunicación formal puede dividirse en oral y escrita, es la forma de comunicación que de manera expresa establece una organización, mediante protocolos, manuales, reglamentos y procesos que forman un sistema dirigido a sus colaboradores.

La comunicación formal mantiene relaciones entre los jefes y sus subordinados, los cuales deben saber cuándo y en qué momento los subordinados necesitan información. De esta manera, esta comunicación es capaz de hacer que la información sea oportuna.

- **Comunicación Informal:**

La comunicación informal fluye en la organización sin medio o canales preestablecidos y nace de la espontaneidad entre empleados, genera un alto nivel de credibilidad y suele estar relacionada a asuntos personales.

La comunicación informal está libre de todas las formalidades en la organización, los mensajes que se generan casi siempre suelen ser comentarios, sugerencias etc.

FLUJO DE A COMUNICACIÓN SEGÚN LA COMUNICACIÓN FORMAL

Dentro de una empresa es indispensable que la comunicación fluya en distintas vías, desde un nivel jerárquico menor a uno más alto, así como hacia los niveles jerárquicos de los lados. En términos generales para que la comunicación sea eficaz en la empresa, es importante que surja del empleado, es decir, comunicación de forma ascendente. No hay que olvidar la importancia del flujo horizontal en la comunicación, esto sucede cuando los involucrados pertenecen a un mismo nivel de jerarquía o similar; así como también existe la comunicación.

➤ Comunicación Descendente:

Una de las principales funciones de la comunicación descendente es la de informar la cultura organizacional y las directrices de cómo cumplirlas.

Esta comunicación incluye órdenes, normas, información, políticas, instrucciones, y demás, lo imperante en comunicación descendente es que los subordinados reciben información oportuna útil que les ayuda en el cumplimiento de sus tareas.

➤ **Comunicación Ascendente:**

Este tipo de comunicación discurre hacia arriba en la estructura jerárquica de una institución, el objetivo de la comunicación ascendente es aportar sugerencias, reacciones, informes, quejas, etc., ayudando a los altos mandos en la toma de decisiones.

➤ **Comunicación Horizontal:**

La comunicación horizontal se produce entre personas del mismo nivel jerárquico dentro de la organización, y es un complemento esencial para la comunicación ascendente y descendente.

La comunicación horizontal permite coordinar información y resolver problemas entre las unidades, ayuda a resolver conflictos, asiente a la interacción entre iguales, proporcionando apoyo social y emocional de los colaboradores y contribuye al aumento de moral y eficacia de la organización.

Esta comunicación crea un espíritu de cooperación y logra crear un ambiente de trabajo en común, teniendo en cuenta los objetivos de cada uno de los departamentos de la empresa, es más

rápida que los otros tipos de comunicaciones, facilita el entendimiento y la búsqueda de soluciones compartidas entre los distintos estamentos de la empresa.

➤ **Comunicación oblicua:**

La comunicación oblicua es la que se realiza entre el gerente y los empleados con el objetivo de la conexión intergrupala, cuando existe una urgencia por parte del emisor para conseguir una respuesta del receptor.

Los flujos de la comunicación, son tomados en cuenta a partir de la estructura comunicacional a nivel interno dentro de las organizaciones. La comunicación interna está dispuesta en cuatro formas: descendente, ascendente, diagonal y horizontal. Cada una de ellas obedece a la razón de ser; es decir la comunicación que se da a partir de las disposiciones de la gerencia, la participación de los colaboradores en las decisiones y el flujo de información entre las unidades de la organización respectivamente. (Fernandez D, 2010, pág. 93)

8.2 MARCO LEGAL

Las leyes que respaldan este trabajo de investigación son las siguientes:

8.2.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

En la nueva Constitución de la República del Ecuador, aprobada por la Asamblea Constituyente reunida en la Ciudad Alfaro (Montecristi, Manabí) en el 2008, se establece en la Sección Tercera, que trata sobre la Comunicación e Información, tanto radiales, televisivos y escritos, este último relacionado con el tema a investigar. El texto es el siguiente:

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

SECCIÓN.- TERCERA

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1) Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

- 2) El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.

3) Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

- 1) Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
- 2) No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- 1) Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

8.2.2 LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Por otra parte con la nueva Ley Orgánica de Comunicación aprobada por la Asamblea del Ecuador el 14 de junio del 2013, en el capítulo dos, trata sobre el derecho que tienen las personas a crear medios de comunicación social. El texto dice lo siguiente:

DISPOSICIONES PRELIMINARES Y DEFINICIONES

TÍTULO I.

Art. 3.- Contenido comunicacional. Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 5.- Medios de comunicación social. Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

DERECHOS DE IGUALDAD E INTERCULTURALIDAD

CAPÍTULO II SECCIÓN II.

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de Comunicación social. Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo a la ley.

Art. 35.- Derecho al acceso universal a las tecnologías de la información y comunicación. Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo.

8.3 MARCO CONCEPTUAL

DirCom:

Según Gladys Acosta, profesora de semiótica de la Universidad de México, en su artículo publicado acerca del “Ser y Hacer del DirCom” en de Medellín (2016) se refiere al término DirCom como “un sujeto-función que emerge en el discurso de la comunicación corporativa en el momento en que se empieza a comprender la importancia de la comunicación como un valor agregado en el escenario de las organizaciones”.

El DirCom o Director de Comunicación es la persona responsable de planificar, dirigir y coordinar las actividades de comunicación que se proliferan en una organización, con el objetivo de alcanzar y consolidar una imagen positiva de la empresa.

Comunicación Estratégica:

Pintado y Sánchez (2014) consideran que tanto la comunicación como la estrategia son dos términos que están correlacionados porque tienen como función reforzar actitudes e identificar conductas de diferentes públicos.

La comunicación estratégica interviene en los procesos empresariales desde el conocimiento y las labores comunicativas, lo cual apoya a las labores gerenciales.

Flujos de Mensajes:

Según Martínez, Nosnik (2003) “por lo general son mensajes que fluyen de manera descendente, ascendente u horizontal”. (pág.23)

Es el proceso de comunicación que se lleva a cabo al interior de una organización de acuerdo a una estructura jerárquica.

Relaciones Públicas:

La Asamblea de Relaciones Públicas, ejecutada en México en 1978, indicó que “Las Relaciones Públicas, son el arte y la ciencia de analizar tendencias, ver consecuencias, saber asesorar a líderes y poder poner en práctica programas planificados, que puedan servir a la organización y al público. (Arcero, 1988 p 19).

La sociedad de Relaciones Públicas de Norteamérica indica que las Relaciones Públicas “se basan en cumplir el objetivo de favorecer una mejor comprensión y colaboración recíproca entre diversas personas o grupos de personas, organismos y comunidades de la sociedad moderna”. (Citado por Fernandez, 2015 pág.36)

Código de Conducta Global:

Los códigos de conducta aparecieron en el año 1970, pero en el proceso de globalización de 1990, aparecen en las empresas multinacionales y comienzan a generalizarse y difundir a la opinión pública numerosos códigos de conducta en donde se comprometen a ajustar sus actividades. Aplicado a una institución es el marco ético y moral que se desarrolla en la misma, son los lineamientos, valores y creencias a través de los cuales se toman decisiones internas.

Lineamientos:

Se refiere a una tendencia o dirección de algo que posee alguna característica, es decir que se encuentra en sintonía con una ideología. Lineamientos son un conjunto de órdenes que un líder realiza dentro de una organización siguiendo una ruta de principios.

Integración Social:

Integración se refiere a la acción y efecto de integrar, construir o completar un todo con las partes que hagan falta o sean necesarias. Integración social, por su parte es el proceso dinámico y multifuncional que integra diferentes grupos con un mismo propósito.

La integración social potencia la autoestima personal y eleva el bienestar individual de quienes se relacionan entre sí.

Proceso:

Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado.

Directrices:

Las directrices, por lo general son transmitidas a nivel jerárquico por quienes ocupan cargos superiores y se encargan de desarrollar y transmitir información a los subordinados.

Es posible que las directrices se decidan a través del dialogo y el consenso.

Objetivos Empresariales:

Corresponde a los desafíos que tienen los miembros de una empresa, son los resultados o fines que se desea lograr, hacia donde se encaminan los esfuerzos y que se pretende mejorar en la institución.

Los objetivos empresariales, permiten enfocar esfuerzos, sirven de guía para las estrategias, para evaluar resultados, generan participación, compromiso y motivación.

Clima Organizacional o Laboral:

Para Chiang, (2010) el clima organizacional se refiere a “las características del medio ambiente laboral, estas son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que desempeñan en este medio, teniendo repercusiones sobre su comportamiento” (pág. 89).

El clima organizacional son las percepciones que los individuos desarrollan en la convivencia con otros, son las estrategias y características que se desarrollan en una empresa las cuales con el pasar del tiempo se vuelven relativamente permanentes y hace que una organización se diferencie de otras.

Sistema Sanitario:

La Organización Mundial de la salud (OMS) en 1978 define al Sistema Sanitario como “un complejo de elementos interrelacionados que contribuyen a la salud en los hogares, los lugares de trabajo, los lugares públicos y las comunidades, así como en el medio ambiente físico y psicosocial, y en el sector de la salud y otros sectores afines”

Se define al sistema sanitario como un modelo organizacional y financiero que protege la salud de una sociedad y presta servicios médicos a quienes los precisan. El sistema sanitario está integrado por diversos subsistemas donde intervienen causas demográficas, socioeconómicas, científicas y éticas.

Stakeholders:

Es un término en inglés fu utilizado por Freeman en su obra “Strategic Management: A Stakeholder Approach, (1984) para referirse a quienes son afectados y pueden ser afectados por las actividades de una empresa.

Stakeholder se refiere al público interno y externo de una institución, entiéndase a los empleados, clientes, proveedores, y la comunidad en general.

CAPITULO III

8.4 MARCO METODOLÓGICO

8.4.1 METODOLOGÍA

La metodología se refiere al plan de investigación que permitirá cumplir con los objetivos trazados en este estudio, mediante un conjunto de procedimientos que determinarán y enmarcan el rumbo de esta investigación y de tal forma que ayudará a identificar dentro de los procesos administrativos del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, los tipos de comunicación que manejan, niveles y su efectividad.

Uno de los métodos que se utilizarán para realizar en primera estancia el análisis de los tipos que comunicación es el científico, siendo este una base proyectada de trabajo, con el objetivo de corroborar la hipótesis planteada dentro de este estudio, descubriendo los hechos relacionados con la gestión de la comunicación interna.

El método inductivo y analítico, permitirá observar las causas, la naturaleza y los efectos de los procesos internos de comunicación interna hospitalaria en las gestiones administrativas de esta institución, con la finalidad de obtener información que permita identificar o desarrollar el medio

adecuado de comunicación, por lo tanto, se analizarán los tipos de encuestas y entrevistas adecuados antes de ser aplicadas a la muestra.

Dentro del proceso para la obtención de resultados se realizará una representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de variables o valores numéricos del estudio para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

8.4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se orienta a la obtención de nuevos conocimientos, resultados y soluciones de problemas, por ello para realizar el estudio de la comunicación interna hospitalaria se utilizará la investigación descriptiva, aplicada y de campo, con el objetivo de obtener información desde la fuente directa y a corto plazo dentro de la institución, lo cual representará un valor agregado para el tema de estudio, utilizando el tipo adecuado de entrevistas y encuestas necesarias.

En el estudio podrán observar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, como ¿cuáles con son efectos en la gestión de la comunicación interna? y ¿cómo se desarrolla?

8.4.3 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010). “Todo trabajo de investigación se sustenta en dos enfoques principales: el enfoque cuantitativo y el enfoque cualitativo, los cuales de manera conjunta forman un tercer enfoque: el enfoque mixto”. (pág.4)

El enfoque de la investigación es siempre un proceso sistemático y organizado que se lleva a cabo dentro de la observación y evaluación de los fenómenos, por cual mediante este proceso se puede demostrar el grado de suposiciones que tienen fundamentos, así mismo como, evaluarlas, modificarlas y llegar al punto de reemplazarlas.

Ya que para Massoni (2013) Trabajar estratégicamente los procesos comunicativos es “hacernos cargo de la situación” (pág. 123). Este estudio tendrá un enfoque mixto o también llamado Cualicuantitativo cuya intensión es la de buscar la explicación de la realidad de la comunicación vista desde una perspectiva externa y objetiva para posteriormente sugerir cambios frente a los hechos, procesos, estructuras y demás.

Al utilizar el enfoque cuantitativo y cualitativo de manera conjunta proporcionará mejores resultados en la investigación, el enfoque mixto generalizará los resultados y proporcionará profundidad en la información obtenida; en cuanto a la observación y evaluación de los fenómenos de comunicación interna, permitirá observar y corroborar la hipótesis antes planteada.

8.4.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el análisis del sistema de comunicación interna del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde y su incidencia en los procesos administrativos, se aplicarán los tipos de investigación antes planteados, análisis y evaluación de los hechos relacionados al desarrollo de la comunicación basados en los siguientes medios:

✓ **Encuestas:**

Se aplicarán a la muestra elegida del personal administrativo de dicha institución, la misma que servirá para corroborar datos e información precisa al estudio de la comunicación interna.

✓ **Entrevistas:**

Las entrevistas se realizarán al personal administrativo de mayor jerarquía dentro de la institución y una persona experta en el tema de comunicación interna hospitalaria, para dar mayor relevancia a este estudio. Las cuales aportarán información puntual y relevante para conocer los diferentes problemas que intervienen en los procesos de comunicación interna del HRG.

8.4.4.1 POBLACIÓN Y MUESTRA

El Hospital Pediátrico “Dr. Roberto Gilbert Elizalde, posee alrededor de 1700 colaboradores, entre ellos personal, administrativos, médicos, tecnólogos, técnicos, ingenieros y auxiliares. Existen distintas áreas que cumplen diferentes procesos con un mismo fin, atención al paciente.

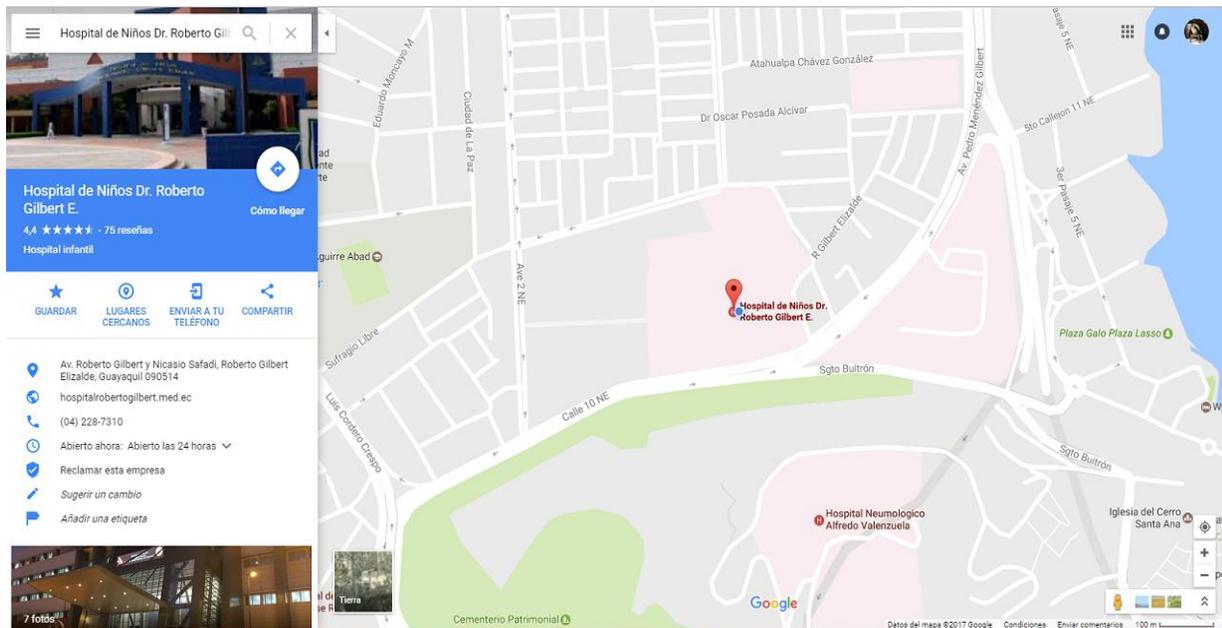


Figura # 2. Referencia y ubicación del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde

Fuente: Página Web Google Maps.

Para el logro del objetivo principal del HRG que es el servicio a la comunidad, internamente está dividido en diferentes áreas que son las de Hospitalización y Consulta Externa. El manejo de las mismas no sería posible sin el área de Administración que es quien regula todos los procesos internos de dicha institución.

Por tal razón para realizar el análisis del sistema de comunicación interna se tomará en cuenta al personal que conforma únicamente el área administrativa. Se consideró al Departamento de Recursos Humanos para confirmar el total de personas que realizan trabajos de administración.

El área administrativa del HRG está conformada por 296 personas entre jefes, coordinadores, asistentes y auxiliares, por lo que se aplicó la fórmula de muestreo probabilístico con que se obtuvo una muestra de 167 personas para aplicar este estudio.

$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1) E^2 + \sigma^2 Z^2}$
$n = \frac{296(0.5)^2(1.95996398)^2}{(295)(0,05)^2+(0.5)^2 (1.95996398)^2}$
$n = \frac{296(0.25)(3.8414588)}{(295) (0.0025)+0.25(3.8414588)}$
$n = \frac{296(0.25)(3.8414588)}{0.7375+0.960364}$
$n = \frac{284.267953}{1.69786471}$
n 167.42674 *

DESCRIPCIÓN DE LA FÓRMULA
n = MUESTRA N = POBLACIÓN σ = DESVIACIÓN ESTÁNDAR DE LA POBLACIÓN - (Constante 0.5) Z = VALOR OBTENIDO MEDIANTE NIVELES DE CONFIANZA - (1.96) e = LIMITE DE ERROR MÁXIMO ADMISIBLE - (0,05)
$n = \frac{N \sigma^2 Z^2}{(N-1) E^2 + \sigma^2 Z^2}$

8.4.5 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

La siguiente encuesta consta de doce preguntas todas enfocadas en alcanzar los objetivos de esta investigación, de las cuales se encuentran nueve preguntas con respuesta única y tres preguntas con respuestas múltiples a las cuales el encuestado pudo responder según su criterio.

La encuesta se realizó a 167 personas que laboran en el área administrativa del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde.

Pregunta 1

¿Conoce usted si existe un departamento de comunicación en el lugar donde labora?

Si No

Tabla # 1

Frecuencia de pregunta # 1

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	143	86%
No	24	14%
Total	167	100%

¿Conoce usted si existe un departamento de comunicación en el lugar donde labora?

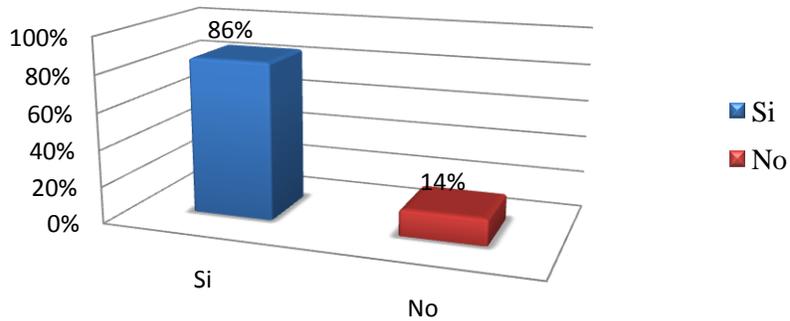


Figura # 3. Tabulación de pregunta # 1

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

De los 167 encuestados, se puede determinar que un 86% conoce que dentro del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, existe un departamento de comunicación y el 14% lo ignora.

Pregunta 2

¿Conoce los tipos de comunicación que existen en la institución?

Si No

Tabla # 2

Frecuencia de pregunta # 2

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	154	92%
No	13	8%
Total	167	100%

¿Conoce los tipos de comunicación que existen en la institución?

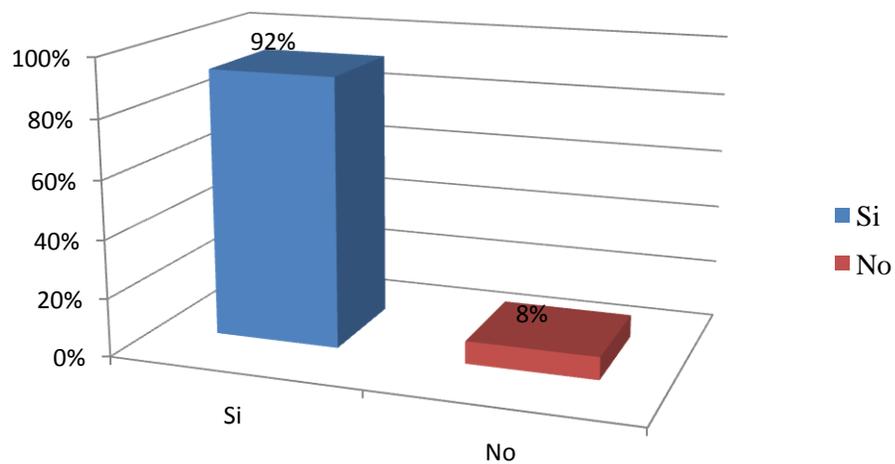


Figura # 4. Tabulación de pregunta # 2

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

Observando los resultados se puede comprobar que el 92% de los encuestados conoce los tipos de comunicación que existen en dicha institución hospitalaria y el 8 % de 167 personas encuestadas lo desconoce.

Pregunta 3

¿Qué herramientas o medios utiliza la institución para comunicarse? (Respuesta múltiple)

Email	<input type="checkbox"/>
Intranet	<input type="checkbox"/>
Cartelera	<input type="checkbox"/>
Altoparlante	<input type="checkbox"/>
Comunicación escrita	<input type="checkbox"/>
Teléfono	<input type="checkbox"/>
Personal	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>

Tabla # 3

Frecuencia de pregunta # 3

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Email	161	96%
Intranet	94	56%
Cartelera	112	67%
Altoparlante	82	49%
Comunicación escrita	70	42%

Teléfono	100	60%
Personal	73	44%
Ninguno	0	0%
Total	692	167

¿Qué herramientas o medios utiliza la institución para comunicarse?

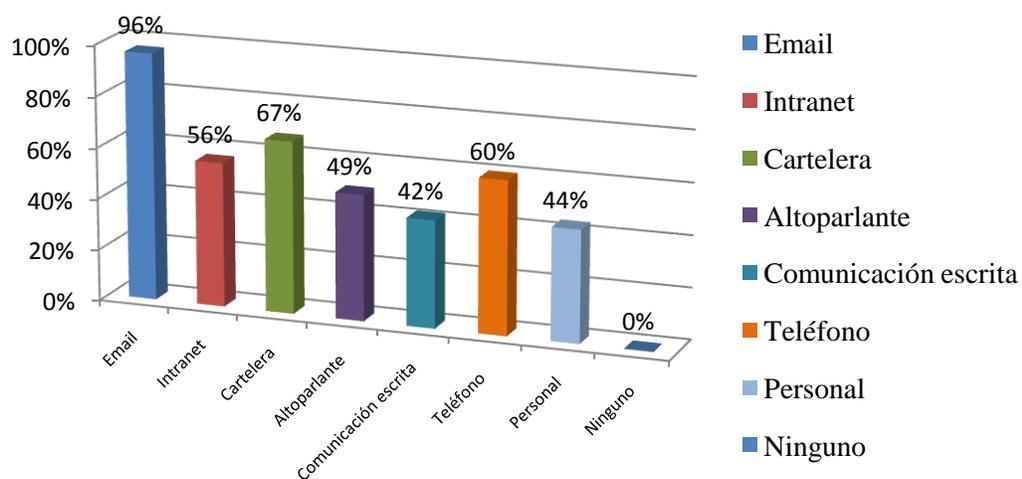


Figura # 5. Tabulación de pregunta # 3

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

De los 167 empleados encuestados del área administrativa del Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, el 96% indica que la institución utiliza el internet como medio para comunicarse, seguido del 56 % que señala que utiliza la intranet, el 67% carteleras, un 49% altoparlante, el 42% Comunicación escrita, el 60% el teléfono y un 44% determina que el hospital utiliza el medio personal para comunicarse.

Pregunta 4

¿Con qué frecuencia recibe usted información a través de estos medios?

Siempre	<input type="checkbox"/>
Frecuentemente	<input type="checkbox"/>
Algunas veces	<input type="checkbox"/>
Ocasionalmente	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

Tabla # 4

Frecuencia pregunta # 4

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	92	55%
Frecuentemente	47	28%
Algunas veces	18	11%
Ocasionalmente	5	3%
Nunca	5	3%
Total	167	100%

¿Con qué frecuencia recibe usted información a través de estos medios?

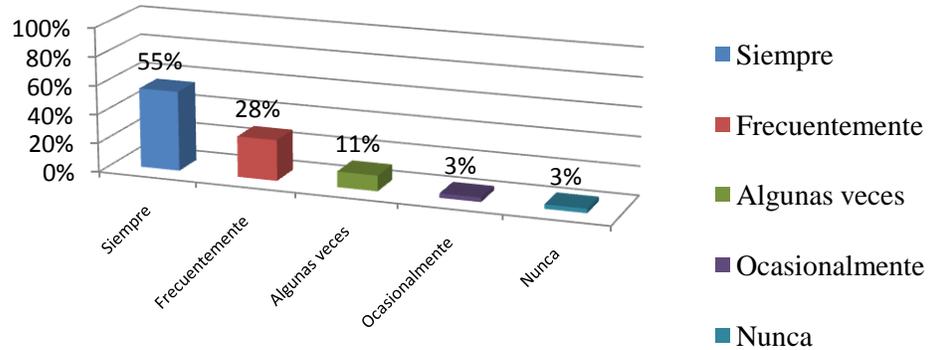


Figura # 6. Tabulación de pregunta # 4

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

De 167 encuestados un 55% afirma que siempre recibe información por parte de la institución, un 28% frecuentemente, el 11% dice recibe algunas veces, el 3% ocasionalmente y por último un 3% indica que nunca recibe información.

Pregunta 5

¿Cómo evalúa usted las herramientas o medios de comunicación que utiliza?

Muy bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Malo	<input type="checkbox"/>
Muy Malo	<input type="checkbox"/>

Tabla # 5

Frecuencia pregunta # 5

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	92	55%
Bueno	46	28%
Regular	16	10%
Malo	8	5%
Muy malo	5	3%
Total	167	100%

¿Cómo evalúa usted las herramientas o medios de comunicación que utiliza?

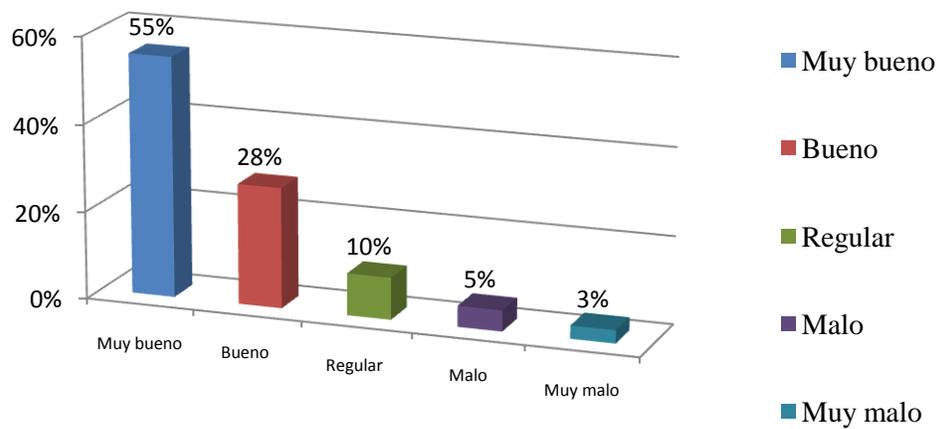


Figura # 7. Tabulación de pregunta # 5

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

Al evaluar la utilidad de los canales que utiliza la institución para comunicarse el 55% de encuestados determina que son muy buenos, el 28% buenos, el 10% valora los canales como regulares y un 3% indica que son muy malos.

Pregunta 6

¿Cuál es su opinión acerca de la información que ofrecen los comunicados informativos?

Muy interesante	<input type="checkbox"/>
Interesante	<input type="checkbox"/>
Algo interesante	<input type="checkbox"/>
Poco interesante	<input type="checkbox"/>
Nada interesante	<input type="checkbox"/>
No aplica	<input type="checkbox"/>

Tabla # 6

Frecuencia pregunta # 6

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy interesante	35	21%
Interesante	38	23%
Algo interesante	62	37%
Poco interesante	22	13%
Nada interesante	9	5%
No aplica	1	1%
Total	167	100%

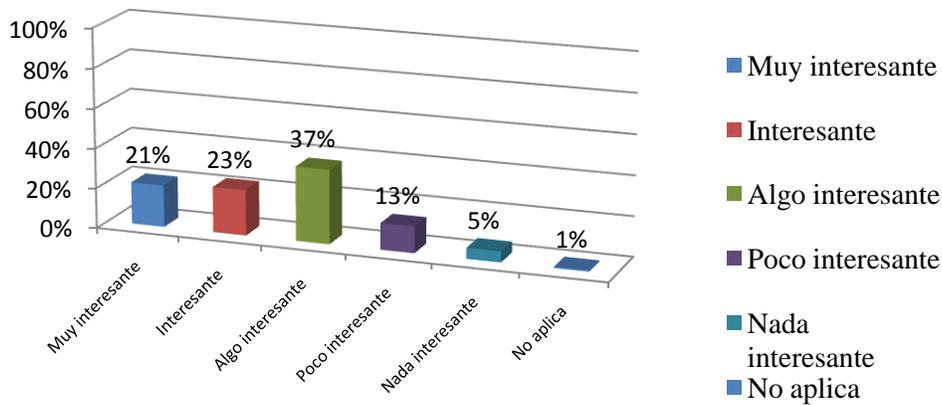


Figura # 8. Tabulación de pregunta # 6

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

En el grafico se puede observar que del 100% de los encuestados, el 21% indica que la información que reciben es muy interesante, el 23% interesante, el 37% que es algo interesante, mientras que según la opinión del 13% es poco interesante y al 5% restante le parece nada interesante.

Pregunta 7

¿Considera útil (es) las herramientas que ofrece la intranet de la institución?

SI NO

Tabla # 7

Frecuencia pregunta # 7

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	129	77%
No	38	23%
Total	167	100%

¿Considera útil (es) las herramientas que ofrece la intranet?

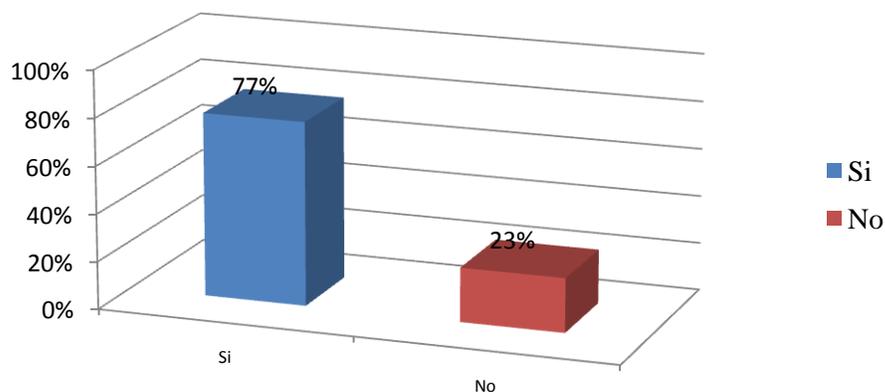


Figura # 9. Tabulación de pregunta # 7

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

Al consultar acerca de la utilidad de las herramientas que ofrece la intranet de la institución, el 77% determina que son útiles y el 23% considera que no.

Pregunta 8

¿Cuál es la herramienta de trabajo o canal de información que más valora?

Intranet	<input type="checkbox"/>
Outlook	<input type="checkbox"/>
Su jefe	<input type="checkbox"/>
Su grupo de trabajo	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Tabla # 8

Frecuencia pregunta # 8

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Intranet	30	12%
Outlook	122	48%
Su jefe	64	25%
Su grupo de trabajo	36	14%
Otros	3	1%
Total	255	167

¿Cuál es la herramienta de trabajo o canal de información que más valora?

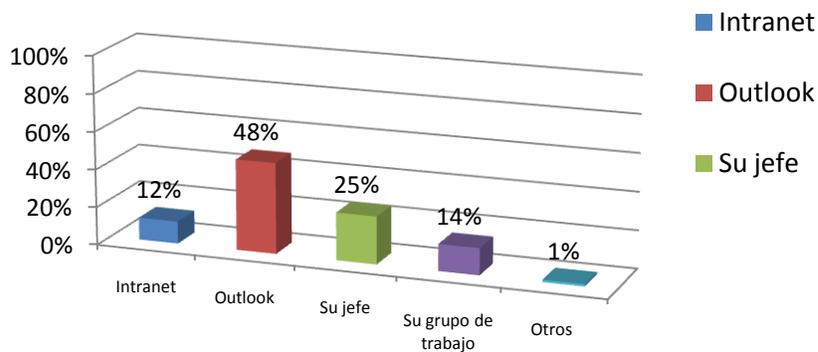


Figura # 10. Tabulación de pregunta # 8

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

De 167 personas encuestadas el 48% valora como herramienta de trabajo o canal de información al Outlook, el 25% valora a su jefe, el 14% a su grupo de trabajo, el 12% la intranet y el 1% indica que valora otros.

Pregunta 9

¿La comunicación interna que recibe es clara y llega a tiempo?

SI NO Parcialmente

Tabla # 9

Frecuencia pregunta # 9

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	98	59%
No	45	27%
Parcialmente	24	14%
Total	167	100%

¿La comunicación interna que recibe es clara y llega a tiempo?

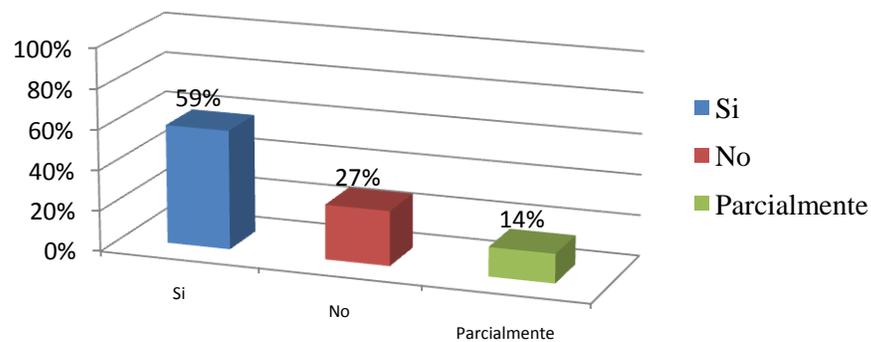


Figura # 11. Tabulación de pregunta # 9

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

El 59% de encuestados determina que la información que recibe es clara y llega a tiempo, el 27 asevera que no, mientras que el 14% dice que parcialmente.

Pregunta 10

¿Cree usted que la comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los empleados?

SI NO

Tabla # 10

Frecuencia pregunta # 10

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	164	98%
No	3	2%
Total	167	100%

¿Cree usted que comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los empleados?

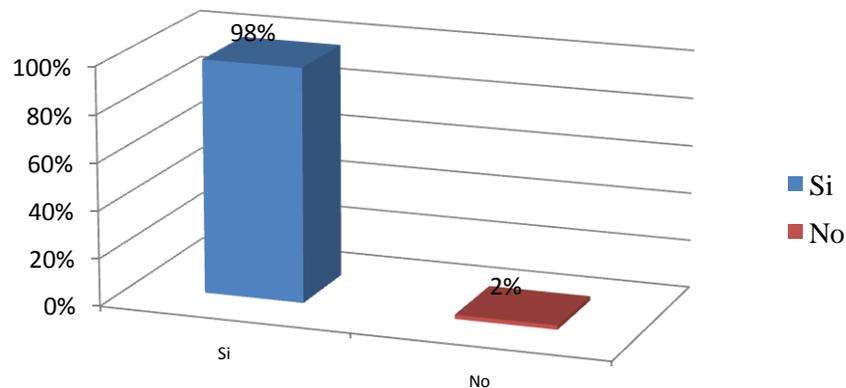


Figura # 12. Tabulación de pregunta # 10

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

El 98% de los encuestados cree que la comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los empleados, mientras que el 2% restante no lo considera así.

Pregunta 11

¿Los responsables de gestionar la comunicación interna se preocupan por tener en cuenta sus quejas o sugerencias?

SI NO Parcialmente

Tabla # 11

Frecuencia pregunta # 11

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	96	57%
No	47	28%
Parcialmente	24	14%
Total	167	100%

¿Los responsables de gestionar la comunicación interna se preocupan por tener en cuenta sus quejas o sugerencias?

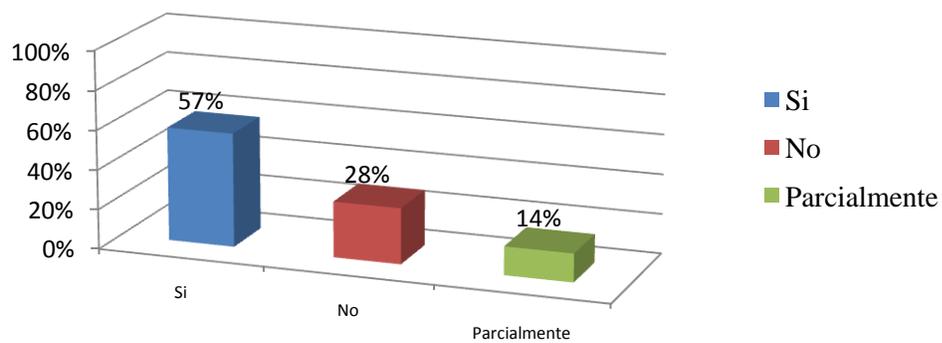


Figura # 13. Tabulación de pregunta # 11

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

El 57% de personas encuestadas indica que la institución se preocupa y tiene en cuenta las quejas o sugerencias de sus empleados, el 28% asevera que no y el 14% se encuentra imparcial.

Pregunta 12

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos considera usted importantes para un buen desempeño laboral?

Comunicación	<input type="checkbox"/>
Organización	<input type="checkbox"/>
Trabajo en equipo	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Honestidad	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

Tabla # 12

Frecuencia pregunta # 12

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comunicación	121	23%
Organización	109	20%
Trabajo en equipo	125	23%
Calidad	73	14%
Honestidad	97	18%
Otros	12	2%
Total	537	167

¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos considera usted importantes para un buen desempeño laboral?

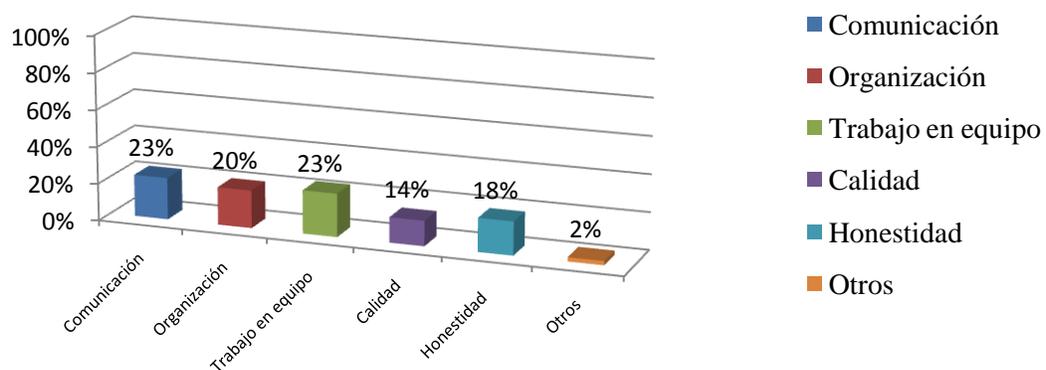


Figura # 14. Tabulación de pregunta # 12

Fuente: Elaborado por María F. Morales

Análisis

De los 167 empleados encuestados el 23% asevera que uno de los aspectos más importantes para el buen desempeño laboral es la comunicación y el trabajo en equipo, el 20% la organización, el 18% la honestidad, el 14% la calidad y el 2 % otros.

ENTREVISTA # 1

Para corroborar los datos obtenidos en este estudio se realizó la entrevista formal a la coordinadora de comunicación de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, que de manera directa maneja la comunicación interna con el Hospital de niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde (las preguntas realizadas en la entrevista se encuentran en el anexo).

Entrevista a la coordinadora de comunicación de la Junta de Beneficencia de Guayaquil

La Lcda. María José Guillen, Coordinadora de Comunicación del HRG, comenta que una de sus funciones en la institución es el control, elaboración y desarrollo de la comunicación interna que fluye en cada una de las áreas, ya sean estas administrativas, hospitalización y/o consulta externa, con el objetivo de llegar a cada uno de los empleados con información veraz y oportuna, logrando la eficiencia, eficacia y efectividad en los diferentes tipos de comunicación interna que maneja.

Guillen comenta que en el HRG, existen distintos tipos de comunicación interna, entre ellas la formal e informal, la cuales ha sabido manejar según el tipo de información o mensaje que desea publicar o dar a conocer. Indica además que la comunicación interna no se maneja a la ligera sino más bien que se realiza de forma organizada y planificada, con el objetivo de llegar a su público.

La comunicación interna de la institución viaja en distintas direcciones, según el tipo de público al que se desea llegar o comunicar algún mensaje según comenta la coordinadora, para ella es importante lograr que el mensaje llegue a tiempo y la retroalimentación pueda ser confiable. En cuanto a las herramientas que utiliza para transmitir los mensajes, detalla que está la red interna del hospital, que es la intranet con la cual enlazan el correo institucional denominado Outlook 365, al cual solo pueden acceder las personas que utilizan un computador, adicional realiza el uso de carteleras, comunicado o memo y comunicación personal.

Uno de sus limitante que tiene Maria José en la institución es la falta interés del personal en sus comunicados, al parecer puede llegar con información oportuna por medio de la red interna, pero no todo el personal tiene acceso a un computador. Evalúa la calidad de la información como muy buena, pero no llega a tiempo a su público.

Comenta que su área no posee un presupuesto asignado para sus labores y solo ella se encarga de la gestión de la comunicación interna, por lo que convendría mucho a la institución asignar recursos humanos y económicos a esta plaza.

ENTREVISTA # 2

Para valorar la utilidad de la comunicación interna dentro de este estudio se realizó la entrevista formal a una especialista en comunicación (las preguntas realizadas en la entrevista se encuentran en el anexo).

Entrevista a Cinthya Baratau, Mgs. En Comunicación Política y Empresarial de la Universidad Camilo José Cela, Madrid-España

Cinthya Baratau, Mgs. en Comunicación Política y Empresarial, es empresaria, propietaria de una agencia de comunicación donde maneja varias cuentas relacionadas a la Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y de Responsabilidad Social.

Baratau comenta que la gestión de la comunicación interna es un rol importante que vale la pena destacar ya que nutre, fortalece y crea su cultura organizativa lo cual será lo que se refleje dentro y fuera de una empresa.

La gestión de la comunicación interna propicia el diseño de estrategias las cuales están ligadas a los objetivos de la institución lo cual involucra, motivar y gestionar el acercamiento de los públicos internos, para hacerlos partícipes de las actividades relacionadas con la empresa, manteniendo el cuidado y la responsabilidad de comunicar lo deseado. El riesgo de la

desinformación puede provocar comportamientos no deseados y una retroalimentación fallida, por lo que se debe prever todos los escenarios posibles para evitar este tipo de crisis.

De los escenarios comunes están la disparidad personal, cuando las personas tienen diferentes caracteres y personalidades, diferentes opiniones y diferentes principios y valores, la desigualdad de oportunidades que por lo general genera celos y envidias, y en consecuencia de desmotivación.

Ante la retroalimentación fallida y los distintos escenarios una de las faltas es determinar cuáles son las herramientas con la que se va a comunicar a los diferentes públicos y para esto se debe realizar un análisis previo, según Baratau, las herramientas deben ajustarse a las características de cada organización.

Para la especialista, la función del comunicador interno tiene relación directa con cada una de las áreas que componen la organización, las gestiones que debe cumplir dependen de los giros del negocio y es indispensable que este asesore, planifique y desarrolle estrategias de comunicación interna y externa; además de organizar un plan de crisis.

De acuerdo a su experiencia, comenta Baratau, todo lo que se planifica tiene repercusiones a corto y largo plazo y estas pueden ser positivas o negativas, por lo que la comunicación debe ser planificada, presupuestada y prevenida. Dentro de la gestión de la comunicación interna existen tres funciones importantes a tratar que son: Identificar, Integrar y Motivar al público interno y

externo, para ello se debe contar con una evaluación constante y el monitoreo de la estrategia planteada, para luego realizar correcciones e incorporar nuevas tácticas.

CONCLUSIONES:

Partiendo de los resultados obtenidos, se puede apreciar que estos responden al planteamiento del problema y la justificación de esta investigación, estos ayudaran a alcanzar los objetivos de este análisis.

1. Corroborando la teoría de este estudio, se considera que la idea a defender es pertinente, esta investigación ayuda a identificar los problemas en los procesos internos con el fin de mejorar su sistema administrativo, permitiendo un progreso y mejorar los servicios.
2. En el Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, manejan la comunicación interna formal e informal, entre éstas utilizan distintas herramientas para comunicarse como son la intranet, carteleras, altoparlantes, comunicación escrita, el teléfono y la comunicación personal.
3. Una de las principales herramientas de comunicación en la institución es la intranet o red interna, con la cual mediante la aplicación de correo electrónico (office 365), logran enviar sus comunicados, solo al personal que tiene acceso a un computador.

4. Solo la mitad de las personas encuestadas valora como muy bueno el canal de comunicación que utiliza esta dependencia, por lo que se evidencia la falta de interés a la información que contienen los comunicados, aunque consideran muy útil a la herramienta que utilizan.
5. Se puede determinar que la información no llega a tiempo por la falta de recursos ya que no todos los empleados utilizan la red y esto ocasiona la falta de información y el desinterés en las personas.
6. Gran parte de las personas encuestadas considera que la comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales de los empleados y por ende ayuda al desarrollo de una institución. La mala utilización de una herramienta de comunicación interna, afecta al mensaje y genera rumores entre los empleados, lo que puede ocasionar malestares en el ambiente de trabajo.
7. La mitad de los encuestados no se sienten satisfechos con la atención a sus sugerencias y reclamos, por lo que es evidente que existen fallas en la retroalimentación de los mensajes, y esto ocasiona malestar en los empleados.
8. En resumen, la comunicación interna se dentro de la debe desarrollarse como una actividad permanente y planificada, ya que es un componente esencial de cultura organizacional, la ausencia de esta práctica debilita el comportamiento laboral.

RECOMENDACIONES

1. Dentro de una institución en desarrollo con objetivos claros y específicos debe existir un área de comunicación interna permanente que estimule el progreso de la institución, siempre y cuando lo integre un equipo profesional adecuado y se asignen los recursos necesarios para esta importante labor. La ausencia de esta área puede limitar las posibilidades de progreso en la organización.
2. Las funciones del comunicador deben ser identificar, integrar y motivar a los diferentes públicos. La labor que desempeña el comunicador interno, es de vital importancia para una institución ya que este tiene relación directa con todos los departamentos que conforman una institución.
3. La comunicación interna debe ser un medio de servicio es decir, debe tener un horizonte de motivación e integración en torno a una identidad abierta, debe ser involucrada en cada proyecto que se realice, es de vital importancia para la institución y más para una entidad de salud.
4. La intranet es un recurso corporativo de las diferentes instituciones, pero en la mayoría de los casos poseen limitantes y no todo el personal interno tiene acceso al mismo, por lo que si no se cuenta con un recurso asignado no se podría considerar aún como un medio efectivo de comunicación.

5. Se debe realizar una evaluación y monitoreo constante de la comunicación interna ya que es de vital importancia realizar un seguimiento trimestral o anual de los objetivos planteados, la efectividad de los mensajes propuestos, de las herramientas usadas y de los públicos.

BIBLIOGRAFÍA

Aguerreberre, M. (2012). El Valor Estratégico de la Comunicación Interna Hospitalaria. *Revista de Comunicación y Salud* , 2 (1), 19-28.

Aguerreberre, P. M. (2012). La Comunicación Hospitalaria. *Revista Austral* , 1 (2).

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

Berger, L. (2011). *Gestión de Empresas de Comunicación* . Sevilla, España: Comunicación Social CS.

Buil, P., & y MEDINA, P. (2015). *Dircom: Comunicar para Transformar*. Madrid.

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

Chiang, M. (2012). *Comunicación Interna – Dirección y Gestión de Empresas*. Málaga, España: Editorial Vértice.

Collado, F. (1997). *La Comunicación en las Organizaciones*. México: Trillas.

Constitución. (2008). Constitución de la República del Ecuador 2008. Montecristi, Manabí.

Constitución. (2013). Ley Organiza de Comunicación del Ecuador 2013. Quito, Ecuador.

- Costa, C. (2011). *La Comunicación en el Hospital, La Gestión de la Comunicación en el Ámbito Sanitario*. España.
- Costa, J. (2010). *El Dircom Ho. Dirección y Gestión de la Comunicación en la Nueva Economía*. España.
- Díaz, L. (2010). *Comunicación en la gestión de Crisis, Lecciones Prácticas*. Barcelona, España: UOC.
- EHB, E. H. (2010). *Comunicación Empresarial, Una Guía para Directivos Ocupados*. Bilbao, España: Deusto.
- Etchegaray, R. (2010). *Comunicación Empresarial*. Buenos Aires, Argentina: Valletta Ediciones.
- Massoni. (2013). *Metodología de la Comunicación Estratégica*. Rosario: Homosapiens.
- Mónica, V. F. (2015). La Investigación en Comunicación Organizacional en Antioquia, Colombia. *Revista Luciernaga/Comunicación*, 55-65.
- OMS. (1978). Atención Primaria de Salud. *Conferencia Internacional de Alma-Ata*. Ginebra.
- Página Oficial*. (2017, Febrero). Retrieved from Junta de Beneficencia de Guayaquil: <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/>
- Página Oficial*. (2017). Retrieved from Hospital De Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde: <https://www.hospitalrobertogilbert.med.ec/>
- Paladines, F., Yaguache, J., & Altamirano, V. (2015). Gestión de la Comunicación Estratégica en las Organizaciones: Enfoque Ecuatoriano e Internacional. *Revista Razon y Palabra*, 809-829.
- Pelitti, P. (2016). Estrategias de Comunicación Interna y Externa. *Revista Question*, 1 (49).

PINTADO, T., & y SÁNCHEZ, J. (2014). *Nuevas Tendencias en Comunicación Estratégica*. España, Madrid: ESIC Editorial.

Preciado, A., Guzmán, & Lozada. (2013). *Usos y Prácticas de Comunicación Estratégica en las Organizaciones*. Chía: Ecoe Ediciones.

Recuperado de: www.observatoriocomunicacioninterna.es.

Recuperado de: <https://prezi.com/gkp0wjbfaqog/plan-de-comunicacion-interna-hospital-zonal-de-frias/>

Recuperado de: <https://comunicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategia-tactica-fases-tecnicas-pasos/>

Recuperado de: <http://www.rrppnet.com.ar/gestiondelacomunicacion.htm>

Recuperado de: https://www.ecured.cu/Gesti%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_interna+

Recuperado de: <http://www.comunicologos.com/t%C3%A9cnicas/manuales-de-gesti%C3%B3n-comunicacional/>

Recuperado de: <https://explorable.com/es/metodologia-de-la-investigacion>

Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/la-metodologia-de-la-investigacion/>

Recuperado de: <http://cscmun.blogspot.com/2011/12/comunicacion-directa-e-indirecta.html>

Robledo, G. (2012). *Comunicación Organizacional*.

Ruíz, M. (2010). *¿Para qué Sirve un Líder?* . Buenos Aires, Argentina: Díaz de Santos.

Tuñéz. (2012). *Lecturas de Comunicación Organizacional*. Madrid, España: Gesboblo S.L.

Tuñéz, M. (2012). *La Gestión de la Comunicación en las Organizaciones*. Zamora, España:
Comunicación Social.

ANEXOS

ENTREVISTAS A PERSONAJES DE INTERÉS

Lcda. María José Guillén
COORDINADORA DE COMUNICACIÓN
HOSPITAL DE NIÑOS DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE.

- 1. ¿El Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, tiene un departamento de comunicación?**

Si, desde hace un año contamos un área de comunicación aún en desarrollo.

- 2. ¿Cuántos tipos de comunicación existen en la institución?**

En esta dependencia existen dos tipos bien planteados en cuanto a la comunicación interna que son: la comunicación formal e informal, entre ellas se manejan distintas herramientas de las cuales nos valemos para hacer llegar los comunicados al personal.

- 3. ¿Cómo se maneja la comunicación interna en el hospital?**

La comunicación interna se atiende dentro de todos los procesos que maneja el hospital, para cual utilizo técnicas dirigidas puntualmente a un determinado público, en toda entidad uno se puede encontrar con empleados insatisfechos, por que debo siempre tener en claro que quiero comunicar y a quienes les voy a comunicar un mensaje.

4. ¿En el Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert Elizalde, se desarrolla la comunicación interna como una actividad permanente y planificada?

Concurrentemente si se planifica, aunque existen ocasiones que de manera urgente se debe elegir enviar un comunicado por otro, allí no se planifica sino más bien se envía lo prioritario.

5. ¿Cuáles son las herramientas con las que dispone el HRG, para gestionar la comunicación interna?

En cuanto a las herramientas nos hemos venido manejando la intranet, carteleras, altoparlantes, comunicación escrita, el teléfono y la comunicación personal y de toda esta una de las principales que tenemos es la intranet o red interna, con la cual puedo decir que sostiene un nivel de comunicación medio. Mediante la aplicación de correo electrónico (office 365) se logran enviar gran parte de los comunicados, claro está solo al personal que tiene acceso a un computador.

6. ¿Cómo evalúa la calidad de información que transmiten?

No contamos un método de análisis específico pero he podido determinar la calidad de la comunicación cuando se realiza una convocatoria en determinado tiempo y en la fecha de ejecución gran parte del personal participa, lo que quiere decir que, cuando realizo una convocatoria de algún evento con tiempo de anticipación, el personal logra comunicarse entre sí y la retroalimentación es positiva con la asistencia.

7. ¿Cuáles son las herramientas que utiliza para realizar un diagnóstico de la calidad de la comunicación interna?

Como no existe más personal asignado para la coordinación de la comunicación, me toca valerme del personal de Recursos Humanos, realizando el monitoreo del personal asistente, por ejemplo las áreas a las que pertenecen y los datos en general, adicional por medio de la intranet se realizan encuestas de calidad.

8. ¿Considera que el proceso de comunicación interna empleado es efectivo?

Hasta ahora y con lo que tengo considero que el proceso es efectivo pero podría mejorar. Considero que estoy en camino de lograrlo una vez que sean asignados los recursos para el área de comunicación interna.

9. ¿Cree que los medios o instrumentos comunicacionales utilizados dentro de este proceso son los adecuados?

Si, son los adecuados, no tendría otra forma de llegar al personal, utilizo los diferentes medios según el tipo de empleado al que me voy a dirigir, de estos medios o canales depende que la información les llegue o no a tiempo.

10. ¿La comunicación interna tiene asignada una proporción de los recursos económicos y humanos adecuados en sus tareas?

Lamentablemente no tiene recursos asignados por ahora. El presupuesto que aunque no considero indispensable sería importante y en cuanto al personal, si creo que me ayudaría mucho para el desarrollo y control de los mensajes, además de que podría realizar seguimientos a los mensajes y la retroalimentación.

ENTREVISTA A UNA EXPERTA EN COMUNICACIÓN

Cinthya Baratau

**MGS. EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y EMPRESARIAL DE LA UNIVERSIDAD
CAMILO JOSÉ CELA, MADRID-ESPAÑA
PERIODISTA DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL
COMUNICACIÓN-RRPPP-RSE**

1. ¿Qué papel desempeña la comunicación interna en una empresa?

Existe un principio que todo gestor de la comunicación destaca. ¡Todo comunica! Y esto es el rol importante que cumple la información que se genera en una organización y un experto que sepa gestionarla. En ese sentido, en la actualidad las corporaciones deben saber el importante papel que desempeña la comunicación con los públicos internos, directivos y colaboradores de la organización ya que esto nutre, fortalece y crea su cultura organizativa, y esto será lo que refleje, como se percibe la empresa casa adentro y casa afuera.

2. ¿Cuál es la importancia de la comunicación interna?

En la actualidad la gestión de la comunicación interna propicia el diseño de estrategias integrales alienadas a los objetivos de las corporaciones concebidos en una planificación

estratégica de cada empresa. Involucrar, motivar y gestionar acercamientos con los públicos internos es sin duda la mejor decisión tomada por las organizaciones. Un público en el cual se lo hace partícipe y se lo mantiene al tanto de las decisiones gerenciales, es un público alienado a los objetivos de las empresas.

3. ¿Existen riesgos si no se gestiona la comunicación interna?, ¿Cuáles son?

El riesgo es la desinformación, que se instaure comportamientos no deseados internamente como el “ruido de pasillo” o que se institucionalice la falta de credibilidad de los directivos. Un gestor de la comunicación deberá prever todos los escenarios posibles para evitar una crisis interna por falta de información o por comportamientos arraigados en los colaboradores. Algunos de los casos que se podrían presentar son:

- Disparidad personal. Las personas tienen diferentes caracteres y personalidades, diferentes opiniones y diferentes principios y valores.
- La deficiente comunicación entre pares de distintos departamentos restringe las posibilidades de movilidad y ascenso de los empleados. Todas estas circunstancias deben ser tenidas en cuenta a la hora de preparar el plan de comunicación interna.

4. ¿Cuáles son las herramientas o medios adecuados para comunicar dentro de una institución?

Antes de determinar cuáles son las herramientas adecuadas, primero hay que determinar el impacto y análisis de los medios que la empresa usa actualmente para fortalecerlas o descartarlas.

En este caso, las herramientas deben ajustarse a las características del negocio que lidera la empresa e implementar nuevas siempre que estén alineadas al presupuesto del departamento que dirige la comunicación.

Existen la intranet, el correo electrónico, memorandos, el mensaje de texto, grupos de chat. Carteleras, boletines internos, revista corporativa, etc. Cada una debe ser adaptada a las necesidades y objetivos comunicacionales propuestos.

La cantidad de uso de herramientas no garantiza la efectividad de la comunicación. Cada público debe ser mapeado y saber por cual vía llegar con el mensaje.

5. ¿Cuáles son las funciones del comunicador interno?

La comunicación dentro de las organizaciones modernas es transversal, por lo tanto las funciones que cumpla el director de comunicación tiene relación directa con todas las áreas de la organización.

Las funciones las determina cada empresa dependiendo el giro del negocio pero es indispensable que sea un asesor permanente de la alta gerencia, que plantee desde la planificación estratégica de la empresa un plan integral de comunicación interna y externa; que sepa dirigir un plan de crisis frente a todos sus públicos.

6. ¿Existen conflictos al desarrollar un plan de comunicación interna?

Dada mi experiencia, todo lo que se planifica tiene una repercusión positiva dentro de las organizaciones, por lo general las empresas no destinan invertir en planes de comunicación y a la hora de querer implementarlo, el primer conflicto es la falta de presupuesto.

La comunicación debe ser planificada, presupuestada y prevenida.

Una vez que esto esté claro dentro de una organización, el desarrollo de un plan para que sea exitoso y evitarnos los conflictos, es simplemente transparentar la información que se gestionará y determinar el impacto que tendrá en cada uno de los públicos mapeados previamente. Conflictos siempre pueden darse, pero si se la ha previsto e identificado en el diagnóstico, fácilmente será un caso resuelto.

7. ¿Cuáles deberían ser los objetivos al gestionar la comunicación interna?

Insisto, todo depende del objetivo macro de la empresa, sin embargo gestionar la comunicación interna de una empresa debe cumplir tres funciones: IDENTIFICAR, INTEGRAR Y MOTIVAR que marcarán de los objetivos generales y específicos de plan involucrando a todos los públicos internos.

8. ¿Cuál es la clave para mantener una comunicación interna eficiente?

La evaluación y constante monitoreo de la estrategia planteada. La gestión de la comunicación comprende evaluar y hacer seguimiento trimestral o anual de la consecución

de los objetivos planteados, la efectividad de los mensajes propuestos, de las herramientas usadas y de los públicos cautivos. Solo así se podrá saber si la propuesta fue eficiente o a mitad del camino, toca hacer correcciones o incorporar nuevas estrategias.

FORMATO DE ENCUESTA

INSTRUCCIÓN

LEA LAS PREGUNTAS Y SELECCIONE LA RESPUESTA, LAS PREGUNTAS 3-8-12

RESPONDEN A RESPUESTAS MÚLTIPLES.

ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR. ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS

CARGO: _____

ÁREA: _____

- 1.- ¿Conoce usted si existe un departamento de comunicación en el lugar donde labora?
Si No
- 2.- ¿Conoce los tipos de comunicación que existen en la institución?
Si No
- 3.- ¿Qué herramientas o medios utiliza la institución para comunicarse?
Email
Intranet
Cartelera
Altoparlante
Comunicación escrita
Teléfono
Personal
Ninguno
- 4.- ¿Con qué frecuencia recibe usted información a través de estos medios?
A diario
Semanal
Quincenal
Mensual
Nunca
- 5.- ¿Cómo evalúa usted los canales de comunicación que utiliza?
Excelente
Muy bueno

- Bueno
- Regular
- Ninguno

6.- **¿Cuál es su opinión acerca de la información que ofrecen los comunicados informativos?**

- Muy interesante
- Interesante
- Algo interesante
- Poco interesante
- Nada interesante
- No aplica

7.- **¿Considera útil (es) las herramientas que ofrece la intranet?**

- Si No

8.- **¿Cuál es la herramienta de trabajo o canal de información que más valora?**

- Intranet
- Outlook
- Su jefe
- Su grupo de trabajo
- Otros

9.- **¿La comunicación interna que recibe es clara y llega a tiempo?**

- Si No A veces

10.- **¿Cree usted que comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los empleados?**

- Si No A veces

11.- **¿Los responsables de gestionar la comunicación interna se preocupan por tener en cuenta sus quejas o sugerencias?**

- SI NO A veces

12.- **¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos considera usted importantes para un buen desempeño laboral?**

- Comunicación
- Organización
- Trabajo en equipo
- Calidad
- Honestidad
- Otros

**GRACIAS POR
SU OPINIÓN**

**ANÁLISIS DEL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL DR.
ROBERTO GILBERT ELIZALDE Y SU INCIDENCIA EN LOS PROCESOS
ADMINISTRATIVOS**

CARGO: Asistente de Planificación
 ÁREA: Ingeniería de Mantenimiento Hospitalario

- 1.- ¿Conoce usted si existe un departamento de comunicación en el lugar donde labora?
 Si No
- 2.- ¿Conoce los tipos de comunicación que existen en la institución?
 Si No
- 3.- ¿Qué herramientas o medios utiliza la institución para comunicarse?

Email	<input checked="" type="checkbox"/>
Intranet	<input checked="" type="checkbox"/>
Cartelera	<input checked="" type="checkbox"/>
Altoparlante	<input type="checkbox"/>
Comunicación escrita	<input type="checkbox"/>
Teléfono	<input checked="" type="checkbox"/>
Personal	<input checked="" type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>
- 4.- ¿Con qué frecuencia recibe usted información a través de estos medios?

A diario	<input checked="" type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>
- 5.- ¿Cómo evalúa usted los canales de comunicación que utiliza?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>
- 6.- ¿Cuál es su opinión acerca de la información que ofrecen los comunicados informativos?

Muy interesante	<input type="checkbox"/>
Interesante	<input type="checkbox"/>
Algo interesante	<input checked="" type="checkbox"/>
Poco interesante	<input type="checkbox"/>
Nada interesante	<input type="checkbox"/>
No aplica	<input type="checkbox"/>

7.- ¿Considera útil (es) las herramientas que ofrece la intranet?

Si No

8.- ¿Cuál es la herramienta de trabajo o canal de información que más valora?

Intranet
Outlook
Su jefe
Su grupo de trabajo
Otros

9.- ¿La comunicación interna que recibe es clara y llega a tiempo?

Si No A veces

10.- ¿Cree usted que comunicación interna fortalece las relaciones interpersonales entre los empleados?

Si No A veces

11.- ¿Los responsables de gestionar la comunicación interna se preocupan por tener en cuenta sus quejas o sugerencias?

SI NO A veces

12.- ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos considera usted importantes para un buen desempeño laboral?

Comunicación
Organización
Trabajo en equipo
Calidad
Honestidad
Otros

GRACIAS POR SU OPINIÓN