



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ  
FACULTAD CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MENCIÓN: Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas



## TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Previo a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación,  
mención Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

### TEMA:

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL  
PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL DISTRITO DE SALUD #13DO2  
MANTA-JARAMIJÓ-MONTECRISTI.”

### AUTOR:

**Mauricio Daniel Tarambis Macías**

### DIRECTORA

**Licda. Mariuxi Mendoza, Mg.**

**MANTA      MANABÍ      ECUADOR**

**Febrero de 2016**

**Tema:**

“Estrategias de comunicación interna para mejorar el proceso de comunicación del Distrito de Salud #13D02 Manta-Jaramijó-Montecristi”

## **CERTIFICADO DE APROBACIÓN DE TITULACIÓN**

### **CERTIFICA:**

Haber dirigido, orientado y revisado en todas sus partes el desarrollo del trabajo de investigación cuyo tema es: “ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL DISTRITO DE SALUD #13DO2 MANTA-JARAMIJÓ-MONTECRISTI”

El presente informe reúne a satisfacción los requisitos de fondo y forma que debe tener un trabajo de investigación científica de acuerdo a los lineamientos reglamentarios de la institución y, por consiguiente, está listo para su presentación, sustentación y defensa.

Manta, Febrero de 2016

Licda. Mariuxi Mendoza, Mg.

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **RECONOCIMIENTO DE AUDITORIA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Los contenidos citas resultados y conclusiones de este trabajo de investigación es de mi estricta responsabilidad y tiene como respaldo el derecho de los autores reconocidos en las citas que se presentan en la bibliografía correspondiente.

Manta, Febrero de 2016

Para constancia de nuestras afirmaciones, las firmas de responsabilidad

---

**Mauricio Daniel Tarambis Macías**

**C.I. N° 1309689097**

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Previo el cumplimiento de los requisitos de ley, el tribunal otorga la calificación de:

_____	_____	_____
MIEMBRO	CALIFICACIÓN	FIRMA

_____	_____	_____
MIEMBRO	CALIFICACIÓN	FIRMA

_____	_____	_____
MIEMBRO	CALIFICACIÓN	FIRMA

Suma total de la defensa \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Secretaria de la facultad o escuela

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer en primer lugar a Dios por guiar mi camino brindándome su bendición para culminar mi carrera, además de poder salir adelante ante cualquier obstáculo que se halla presentado en mis estudios universitarios.

A mi madre Leonor Macías Vélez, quien estuvo en todos los momentos cuando más lo necesité, dándome ese apoyo tanto moral como espiritual.

Agradezco de manera muy especial a los miembros de mi familia ya que conté con su apoyo para no flaquear en los momentos más difíciles y seguir adelante,

A la catedrática Mariuxi Mendoza la cual me guio en todo este proceso de titulación brindándome su tiempo y apuntalar con ideas cuando más lo necesite.

**Mauricio Daniel Tarambis Macías**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto de investigación lo dedico completamente a mi madre, la cual fue la persona que siempre estuvo conmigo y que me apoyó en todo momento, además a mi familia en general que de alguna u otra manera me brindaron su confianza y apoyo en mi ciclo estudiantil.

**Mauricio Daniel Tarambis Macías**

## SÍNTESIS

El presente trabajo de investigación trata de establecer estrategias para mejorar el proceso de comunicación del Distrito de Salud n° 13D02 Manta-Jaramijó-Montecristi, fortaleciendo así el eje comunicacional de su entorno, favoreciendo el clima laboral y evitando que el rumor se genere en esta institución pública, perfeccionando la atención al usuario.

En la actualidad, el proceso comunicativo dentro de una institución, ya sea pública o privada es trascendente para su fortalecimiento y gestión diaria, debido a múltiples factores a los que se enfrentan a menudo, teniendo en cuenta así planes o estrategias a utilizar en su debido momento.

La comunicación en el Distrito de Salud n° 13DO2 Manta-Jaramijó –Montecristi es su medula debido a que es conector para estos cantones, concentrando la comunicación en su matriz central. Se espera que el equipo o los profesionales de comunicación de dicha matriz logren comunicar de manera efectiva a la comunidad de pacientes, habitantes y profesionales que se relacionan de manera directa o indirecta con el Distrito.

En la aplicación de estrategias para mejorar el proceso de comunicación, se requirió un análisis previo, en el cual se pudo observar diversos aspectos que son indispensables ya que sin este no podía existir la cultura de la organización, base fundamental para su ejercicio. Con el análisis previo, investigación y determinación de herramientas, se propuso ubicar en cada una de las unidades médicas, un profesional encargado de la comunicación para que de este modo se logre crear una comunicación interpersonal creando así, estrategias que sirvan para el mejoramiento del sistema comunicativo.

## INDICE

AGRADECIMIENTO .....	i
DEDICATORIA .....	ii
SÍNTESIS.....	iii
Introducción .....	1
1. Marco metodológico .....	3
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>5</b>
1.1- Comunicación interna .....	5
1.1.1- Herramientas comunicacionales .....	5
1.2. La Comunicación interpersonal .....	7
1.2.1.- Características de la comunicación interpersonal .....	8
1.2.2.- Propósitos de la comunicación interpersonal .....	9
1.3.- La Comunicación oral estratégica .....	10
1.3.1.- Etapas de la comunicación estratégica .....	11
1.3.2.- Estrategias de comunicación persuasiva .....	12
1.3.3.- Propósitos de la persuasión.....	13
1.4.- Comunicación organizacional.....	15
1.4.1.- Características del comportamiento organizacional .....	16
1.4.2.- Indicadores de comunicación interna.....	16
1.5.- Intervención sobre las acciones comunicativas .....	17
1.5.1.- Acción comunicativa estratégica.....	17
1.5.1.1.- Acción comunicativa orientada a la acción simple .....	18
1.5.1.2.- Acción informal .....	18
1.5.1.3- Acción comunicativa orientada al entendimiento.....	18
1.5.1.4.- Acción comunicativa normativa.....	18
1.5.1.5.- Acción comunicativa demostrativo-emulativa.....	19
1.5.1.6.- Acción comunicativa expresiva .....	19
1.5.1.7.- Acción comunicativa manipuladora.....	19
1.5.2.- Desarrollo de planes comunicacionales.....	19
1.5.3.- Fines de la comunicación interna.....	20
1.6.- Comportamiento organizacional .....	21
1.6.1.- Disciplinas que intervienen en el comportamiento organizacional .....	22
1.6.1.1.- Personalidad.....	22
1.6.1.2.- Motivación .....	23
1.6.1.3.- Estrategias.....	23

1.7.- El comportamiento humano en el campo laboral.....	24
1.7.1.- Las actitudes y la satisfacción en el trabajo.....	24
1.8.- Clima laboral .....	25
1.8.1.- Motivación humana en el clima laboral.....	26
1.8.1.1.- Métodos de evaluación del clima laboral.....	26
1.8.1.2.-Variables en el clima laboral .....	27
1.9.- Servicios públicos aplicados en el área de salud.....	28
1.9.1.- La calidad de los servicios públicos de salud y sus técnicas de evaluación .	29
1.9.2.- Clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud.....	29
1.10.- Marco legal de la investigación .....	30
<b>CAPITULO II</b> .....	32
2.1 Análisis e interpretación de resultados.....	32
2.1.1 Encuestas dirigidas al público interno del distrito de salud del cantón de Manta. ....	38
<b>CAPITULO III</b> .....	50
3.1 TEMA DE LA PROPUESTA .....	50
3.1.1 Descripción del Distrito de Salud. ....	50
3.1.1.1 MISIÓN.....	51
3.1.1.2 VISIÓN .....	51
3.1.1.3 VALORES.....	51
3.1.1.4 PRINCIPIOS .....	52
3.1.1.5 ORGANIGRAMA .....	52
3.2 Descripción del plan .....	52
3.2.1 Objetivos .....	53
3.2.1.1 Objetivo General .....	53
3.2.1.2 Objetivos Específicos.....	53
3.3. Cronograma .....	54
3.4 Recursos .....	55
3.4.1. Recursos Humanos .....	55
3.4.2. Recursos Económicos .....	55
3.4.3. Recursos Materiales .....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	58
Conclusiones.....	58
Recomendaciones.....	59
ANEXOS .....	62

## **Introducción**

La comunicación en las organizaciones es la comunicación dirigida hacia el cliente interno, es decir, el trabajador. El cual sin ninguna duda es el motor para que la empresa se desarrolle, o sufra los estragos de un declive; es por esto que, el trabajador es prácticamente la parte medular de la empresa.

La comunicación en las empresas es base fundamental de una comunicación eficaz, esta a su vez se ve apoyada por las estrategias comunicacionales que ayudan a una comunicación efectiva, a tener bien definidos los objetivos, mejorar el clima laboral, y el sentido de pertenencia de la institución, las cuales se implementan a partir de los intereses y necesidades de la empresa.

En la actualidad ya es considerado un error pensar que la comunicación es algo que no es importante en la organización; esta se ha vuelto un reto y son pocas empresas han logrado vencer dicho reto, a través de la implantación de estrategias inteligentes y emergentes.

Todo proceso de comunicación requiere de una planificación previa, para que así pueda darse de una manera eficaz, es por esto que las estrategias comunicacionales son de una u otra manera el camino a seguir para una buena comunicación interna.

Esta planificación requerida para que el proceso comunicativo se dé hace que esta sea la base que sostenga a la comunicación y a su vez no se pierda los objetivos que se establecieron en un inicio.

Las estrategias comunicacionales ayudan a una comunicación efectiva, a tener bien definidos los objetivos a mejorar el clima laboral, y el sentido de pertenencia de la institución, las cuales se implementan a partir de intereses y necesidades corporativas.

Para la aplicación de estrategias comunicacionales se requiere un análisis del proceso de comunicación que se realiza dentro y fuera de la empresa, debido a que para establecer una estrategia comunicacional que cumpla con los requerimientos y necesidades de la organización se necesita corroborar aspectos habituales de la organización.

Las organizaciones públicas no están exceptas de utilizar estas estrategias comunicacionales, ya que ayudan a fortalecer los filtros comunicacionales para un proceso comunicativo más eficaz.

El Distrito de Salud 13D02 Manta-Jaramijó-Montecristi, ubicado en el barrio Córdoba calle 16 avenida 3 de la ciudad de Manta es la matriz principal de estos mencionados cantones, que tiene como función principal la de administrar, informar a las demás unidades médicas de la ciudad de cualquier evento importante que se presente o de una noticia enviada por el Ministerio de Salud del Ecuador.

La comunicación en el Distrito de Salud 13D02 Manta-Jaramijó-Montecristi es su medula debido a que es conector para estos cantones, concentrando la comunicación es su matriz central. Se espera que el equipo o los profesionales de comunicación de dicha matriz logren comunicar de manera efectiva a la comunidad de pacientes, habitantes y profesionales que se relacionan de manera directa o indirecta con el Distrito.

## **1. Marco metodológico**

- Tipo de investigación

El tipo de investigación fue cualitativa-cuantitativa, con la aplicación del método de campo. Se tuvo contacto personal con la población involucrada en el estudio, perteneciente al área administrativa y de talento humano de la empresa, a la cual se le dirigió el material de recolección de datos de encuestas y entrevistas. Luego de la obtención de resultados se procedió al análisis del material mediante tabla de frecuencias y gráficos estadísticos.

Para la elaboración, presentación y ejecución del proyecto actual “Estrategias de comunicación interna para mejorar el proceso de comunicación del Distrito de Salud N° 13DO2 Manta-Montecristi-Jaramijó”. Se tomaron a continuación los siguientes métodos:

- Tipo de estudio

Hacia la obtención de este proyecto, se utilizó el método descriptivo, permitiendo decodificar los resultados a lo largo de la investigación. De la misma forma se aplicó la investigación de campo, logrando que se analicen las estrategias del distrito de salud en el cual se las empleará.

- Métodos utilizados

El método más idóneo para ahondar en nuestro tema investigativo fue el deductivo partiendo de la información general sobre la implementación de estrategias de comunicación para fortalecer al Distrito de Salud, y así poder pormenorizar de esta manera las diversas connotaciones de la investigación.

- Población y muestra

Para obtener información se tomó en cuenta los 55 profesionales del distrito de salud del cantón Manta, de los cuales se considerará una pequeña muestra de 10 profesionales divididos entre los departamentos de Talento Humano, Contabilidad, Comunicación imagen y prensa y área administrativa.

- Área de estudio

El presente estudio fue delimitado en la ciudad de Manta, en el Distrito de Salud N°13DO2 Manta-Montecristi-Jaramijó, además se utilizó como zona de trabajo para las encuestas el departamento de talento humano.

- Técnicas e instrumentos

- Entrevista abierta al director del departamento de talento humano.
- Cuestionario de encuestas.
- Cuaderno de apuntes.
- Bibliografías relacionadas con el tema de investigación.

- Encuestas

Las encuestas fueron dirigidas a los profesionales de los diferentes departamentos del distrito de salud del cantón Manta, tales como: Talento Humano, Contabilidad, Comunicación imagen y prensa y Área administrativa.

- Recursos bibliográficos

Al momento de estructurar y crear el marco teórico se contó con ayuda de obras de autores reconocidos de acuerdo al tema, libros virtuales, sitios web, internet y otros medios, los mismos que se tuvieron en consideración para que contribuyan con los objetivos de este estudio

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

El siguiente capítulo detalla todos los componentes teóricos y conceptuales que acompañaran este trabajo investigativo.

En este sentido este capítulo abordara temas referentes a la comunicación interna, a las estrategias de comunicación, a los procesos empresariales y la calidad del servicio en las entidades públicas de la salud.

### 1.1- Comunicación interna

La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como una respuesta a las nuevas necesidades de la compañía, de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial, donde el cambio es cada vez más rápido.<sup>1</sup> (Muñiz, R.2008, pág. 274).

La comunicación interna, es entonces, la herramienta que logra hacer que fluya el clima laboral de gran manera, esto también permite que la comunicación sea más clara y precisa dentro de la organización.

Además, toda organización debe de contener ciertas herramientas comunicacionales las mismas que hacen filtrar el mensaje más claro y eficaz.

#### 1.1.1- Herramientas comunicacionales

Son las que se encargan de poner a disposición de los miembros de una organización los elementos básicos que contienen información tanto de la

---

<sup>1</sup> MUÑIZ, R. (2008) Marketing del Siglo XXI. España: Editorial Centro de Estudios Financieros , Pág. 274

empresa como de los integrantes de esta, estos pueden ser manual del empleado, publicación institucional, cartelera, circulares, reuniones intranet, entre otros. Resumiendo las aportaciones de Robins (2013) y Fonseca et al., (2011), las siguientes líneas describen cada uno de los aspectos mencionados anteriormente:

- a) **Manual del empleado.-** es un documento que contiene información de la organización y que involucra al empleado por lo tanto debe ser conocida. El contenido varía desde información sobre la misión, visión de la organización así como de sus políticas, sus valores, organigramas funcionales, entre otros.
- b) **Publicación institucional.-** este tipo de documento pueden ser revistas institucionales, folletos internos, informe anual, los mismos que contienen información general de la empresa, información de cumpleaños, artículos y nuevos proyectos.
- c) **Cartelera.-** esta se coloca en un lugar estratégico de la organización y brinda información legal, resultados empresariales, hasta una sección social de interés para todos los que conforman la organización.
- d) **Circulares.-** es la información que se envía a toda la empresa a través de correos electrónicos, blog, intranet, etcétera.
- e) **Reuniones.-** es un encuentro de personas para tratar temas de interés común y permita que los grupos de trabajo interactúen en áreas un poco ajenas a sus funciones cotidianas, también las reuniones se crean para informar, capacitar y tomar decisiones.

- f) **Intranet.**- su principal característica es enviar información de manera rápida y además de que es una red de fácil instalación y muy económica.

Además “la comunicación interna es la que se da dentro de la organización es decir a los empleados que pertenecen a la organización. Nace como una respuesta a las nuevas necesidades de la compañía, de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial, donde el cambio es cada vez más rápido” <sup>2</sup>(Muñiz, R., 2008).

Por lo tanto es una herramienta esencial en cada organización que permite a los empleados tener una buena relación comunicacional con todos los miembros que pertenecen a dicha organización, es por esto que siempre deberán de contar con una comunicación interpersonal humana la cual estará presente en todo mensaje directo hacia las demás personas.

## **1.2. La Comunicación interpersonal**

Este tipo de comunicación está presente en todo momento cuando estamos despiertos, escuchando música, hablando, cantando etc. estamos realizando diferentes procesos de comunicación interpersonal..

Como dice los autores Hybels y Weaver, en su libro La comunicación (1976:45),

“Casi el 75% del tiempo que estamos despiertos lo pasamos escuchando, hablando, leyendo o escribiendo. La mayoría de tales formas tiene lugar en situaciones frente a frente o están directamente relacionadas con las

---

<sup>2</sup> MUÑIZ, R. (2008) Marketing del Siglo XXI. España: Editorial Centro de Estudios Financieros , Pág. 274

comunicaciones interpersonales. Incluso, si deseamos examinar todas estas comunicaciones, no lo lograríamos, debido a que hay demasiadas”.

Todas las actividades que el ser humano realiza a diario al momento de enviar mensajes con otras personas se están transformando en ese instante en una manera de comunicación interpersonal ya que existe una respuesta a través de la otra parte en este caso el receptor.

De acuerdo a lo mencionado por Fonseca et al., (2011) en el idioma que sea solo basta que exista una señal o un gesto para que exista comunicación interpersonal, ya que estos mensajes son enviados de manera recíproca, de acuerdo a la interpretación que se haga del mensaje emitido, por tal razón la comunicación interpersonal siempre estará relacionada con las empresas y todo su personal.

### **1.2.1.- Características de la comunicación interpersonal**

Existen ciertas características que hacen de la comunicación interpersonal permita compartir ideas y sentimientos por lo cual ayuda a comprender más cuál es su verdadera importancia y su naturaleza los autores (Fonseca et al., 2011), proponen cuatro características a la comunicación interpersonal:

- Espontanea
- Diádica
- Dinámica
- Única
- Variable

Además en todo lo relacionado a la comunicación saber cuál es su verdadero propósito es de gran importancia, más si se trata de la comunicación interpersonal ya que a través de esta se puede compartir ideas por tanto se forman grupos y dichas ideas se pueden llegar a compartir.

### **1.2.2.- Propósitos de la comunicación interpersonal**

Nace como una acción vital para el ser humano, por medio de ella formamos grupos y compartimos ideas. Ella refleja la capacidad de simbolizar lo que ve y lo que siente de su entorno, a través de un lenguaje que propicia el acercamiento entre personas. Desde el punto de vista, el primer propósito de la comunicación es una intención social, que surge por la necesidad de comprendernos y entendernos como sociedad. Por otro lado, cuando existe una intención de las personas para la comunicación, entonces nace un propósito utilitario (Berlo, 1980:9).

El propósito de la comunicación interpersonal no es otra cosa que el permitir y saber cuál es su utilidad en el momento de crear relaciones comunicacionales en grupos como la familia, la dirección de empleados etcétera.

<sup>3</sup>La comunicación interpersonal sirve para analizar los propósitos de comunicación y especificarlos en términos de la utilidad que se quiere lograr.

Además esta se puede dar de manera formal o informal es decir se puede hacer en el momento que estamos laborando de una manera mucho más directa a la hora de dar un mensaje de la organización a la que se pertenece y se necesita hacer contactos con los altos mandos, o simplemente cuando se

---

<sup>3</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.69.

está entre familiares o amigos y se charla de una forma mucho más informal de cualquier tema que no sea de mucha importancia y simplemente no requiera la atención debida para todo el grupo al que se está exhibiendo el argumento.

Pero también cuando se trata de exponer de temas con mayor importancia es necesario organizar las ideas preparar lo que se piensa decir o exponer, se requiere de una estrategia la cual indique de qué manera se creara la interacción hacia las demás personas.

### **1.3.- La Comunicación oral estratégica**

La comunicación oral estratégica generalmente se realiza en público y es formalizada; se prepara y elabora antes del momento de la interacción para cumplir con la finalidad establecida (Fonseca et al., 2011).

La comunicación estratégica es la que se realiza para un público masivo y de una manera organizada, también debe de prepararse previo a ser expuesta para que de esta forma pueda cumplir con su fin determinado, en cuanto a su estructura está compuesta de la siguiente manera:

- Se compone de tres partes principales, integradas por los procesos de acción, simples y complejos, que son la planeación, la organización y la interacción.

La forma, depende de la interacción que se lleva a cabo en el momento de la comunicación, ya sea de persona a persona, de persona a grupo, de persona a público, de grupo a público y de persona o grupo a un público a través de medios de comunicación masiva<sup>4</sup>. (Fonseca et al., 2011).

La comunicación estratégica es la que da por resultado pensar todas las acciones que se utilizaran al momento de dar alguna oración comunicacional,

---

<sup>4</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.89.

es decir esto permite que se le dé buena forma, mejor mensaje y por lo tanto darle la claridad para que de esta manera se de una interacción y se logre alcanzar los propósitos que se desean.

Es por eso que aparte de esto, consta de etapas las mismas que tienen como finalidad que el proceso comunicativo sea más eficaz.

### **1.3.1.- Etapas de la comunicación estratégica**

La comunicación estratégica está compuesta por las siguientes etapas planeación, organización e interacción.

La planeación es una etapa de preparación que ayudara a enfrentar con mayor seguridad los procesos de comunicación; es adentrarnos en pensamientos y reflexiones para reconocer el propósito, las intenciones o los fines que tenemos para comunicarnos en una situación particular y determinar con precisión el efecto que deseamos lograr en el receptor<sup>5</sup> (Fonseca et al.,2011 ).

La organización se desarrolla en torno al mensaje y usa procesos destinados a: En otros mensajes primero organizar todas las ideas y todo lo que se piensa comunicar a otros destinatarios pero de una forma mucho más clara.

“1. Seleccionar el tema, 2. Organizar las ideas en un mensaje claro y coherente, 3. Elaborar el desarrollo verbal de las ideas, 4. Generar la introducción y conclusión del tema, y 5. Usar materiales de apoyo visual”.

Esto permite que al momento de poner en marcha todas esas ideas hacia las demás personas, se realizara de una manera más ordenada incluso utilizando material de apoyo que permita entender la idea principal.

---

<sup>5</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.91.

La interacción es la etapa que permite al emisor interactuar hacia el público al que se va a dirigir, saber cuál es la relación hacia este y como el expositor esta interactuando al momento de presentar dicho mensaje.

Además para que las etapas de la comunicación estratégica funcionen de mejor manera siempre se deberá contar con preguntas básicas como:

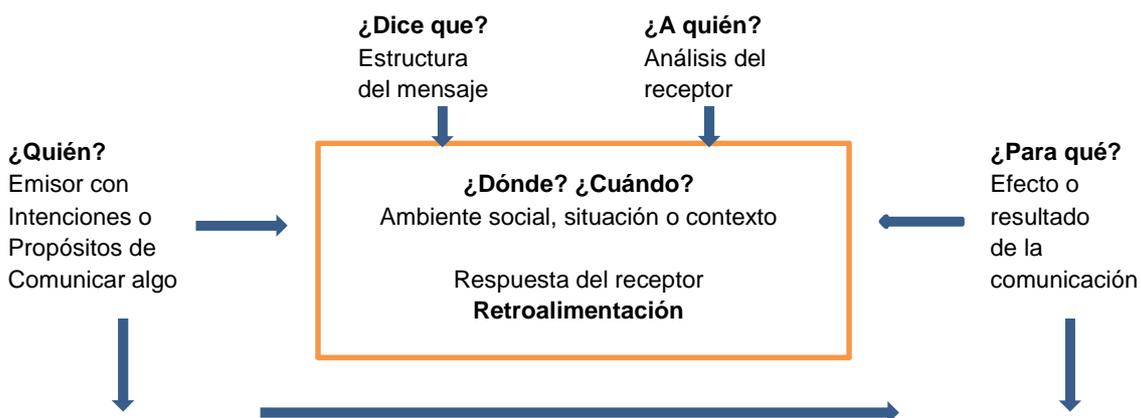


Figura 1 tomada "Comunicación oral y escrita" Fonseca et al., 2011.

La comunicación persuasiva a más de influir sobre otras personas consta de estrategias que hacen que esto se haga posible tanto para el público interno como para sus proveedores.

### 1.3.2.- Estrategias de comunicación persuasiva

“La persuasión se considera la forma de comunicación más importante para el desarrollo de la vida democrática de toda sociedad civilizada, porque provee, a las personas que la conforman, del medio más adecuado-el lenguaje-para expresar opiniones y juicios de valor sobre las diversas situaciones que componen la vida diaria” (Fonseca et al., 2011).

En la vida como grupo de las personas siempre y en casi todos los momentos de la sociedad se necesita de la persuasión para que los individuos puedan

expresar sus *ideas*, su juicio de valores hacia diferentes temas que en la existencia del ser humano se presentan. La persuasión goza de mucha importancia porque esta permite que las personas utilicen el lenguaje como su medio más adecuado en esta humanidad civilizada.

Según el libro *Comunicación oral y escrita*, existen también procesos de comunicación persuasiva. Fonseca et al.,2011 manifiesta lo siguiente:

- ✓ Persuasor.- emisor con credibilidad
- ✓ Mensaje.- selección planeada de formas retóricas, estilo de lenguaje imágenes, movimientos, voz.
- ✓ Receptor(es).-analizan, evalúan, opinan y emiten juicios de valor; se convierten en jueces potenciales.
- ✓ Retroalimentación.-efecto o influencia positiva o negativa, de acuerdo con la elección de las alternativas.<sup>6</sup>

### **1.3.3.- Propósitos de la persuasión**

El propósito que más debe de ser utilizado por las personas es que por lo menos una vez en la vida cada individuo deber de persuadir, más aun cuando en esta sociedad existen diversas opiniones y maneras de ver distintas a las nuestras, esto permite que el comunicador o el receptor logre persuadir en público para satisfacer sus propósitos. Y para esto el vocero debe de contar con un léxico exquisito y por ende emitir un buen discurso. Fonseca et al., (2011), categoriza los discursos en persuasivo, motivación, convicción y refutación.

---

<sup>6</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.157.

- **Los discursos persuasivos**

Estos permiten según su diferente lugar, oportunidad y momento pueden lograr que el público al cual se dirige, lograr que comprendan su idea o que conduzcan a su lado compartiendo sus mismos ideales.

- **El discurso de motivación**

“Es adecuado para un público con actitudes muy favorables o positivas hacia el tema o el orador, por lo cual se supone que hará la acción que se recomienda. El comunicador formula su propósito de persuadir para motivar a la acción.”<sup>7</sup>  
(Comunicación oral y escrita. 2011. Pág. 164).

- **El discurso de convicción**

Este está dirigido para las personas que no les importa quién da la exposición, no les interesa el tema o simplemente el público no desea escuchar el tema porque no le ven mucha importancia. Para lo cual el expositor desde de poner en marcha actitudes para lograr persuadir, cambiar la forma de pensar de los oyentes y sus actitudes. Si no sucede esto, lo que se provocara es que el público rechace al orador, su tema lo cual producirá que se creen discusiones en la cual hace nacer la contradicción.

- **El discurso de refutación**

Este tipo de discurso se presenta cuando un comunicador cuestiona, critica o rechaza los argumentos del orador que propone un cambio, porque este cambio no presenta suficientes ventajas o beneficios como para dejar lo que ya se tiene.

---

<sup>7</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.164.

Aquí el propósito del orador será persuadir para refutar<sup>8</sup> (Fonseca et al., 2011, pág. 164).

Por tanto en ciertas ocasiones al momento de iniciar con una exposición de un tema en particular es necesario saber qué clase de público va a ser dirigida la información y si se cuenta con los elementos y el discurso apropiado para dicho público.

El comportamiento organizacional también está relacionado con este tema, además de que es el principal encargado de emitir mensajes dentro y fuera de la organización.

#### **1.4.- Comunicación organizacional**

Tomando palabras de S. Robins et al (2013), es la ciencia que se encarga de analizar y estudiar el comportamiento de los empleados dentro de una organización, cuál es su desarrollo tanto individual como en grupos.

Además, cada organización debe de contar con una persona encargada de estar al mando, es decir de tener la confianza de los altos superioridades a este se lo conoce como gerente, el mismo que notara alguna irregularidad dentro del personal.

Para este proceso los miembros de una organización deben conocer las características del comportamiento organizacional, es decir utilizar y llevar siempre los métodos por los cuales este proceso funciona de mejor manera.

---

<sup>8</sup> Comunicación oral y escrita. Socorro Fonseca, Alicia Correa, María Ignacia Pineda, Francisco Lemus Edición 2011 por Pearson Education de México. S.A de C.V. Pag.69.

### **1.4.1.- Características del comportamiento organizacional**

Enrique B. Franklin y Mario Krieger (2011) afirman que el comportamiento organizacional es un campo de estudio de lo que las personas hacen en las organizaciones y de cómo repercute su conducta en la dinámica y forma de equilibrar el trabajo, en su crecimiento y en la búsqueda de objetivos y metas personales y profesionales, el comportamiento organizacional:

1. es multidisciplinario
2. representa un método para promover la transmisión de ideas, de información y emociones de manera clara y abierta.
3. constituye un mecanismo de retroalimentación para ajustar y mejorar las condiciones del trabajo
4. es una forma de identificar y entender cómo influyen los valores relacionados con el trabajo en las decisiones de la organización.
5. es la vía para aplicar métodos y tecnologías que faciliten una efectiva toma de decisiones.
6. es la alternativa para evaluar el desempeño de los diferentes niveles de la organización, y emprender las acciones correctivas necesarias. (pág. 10)<sup>9</sup>

El comportamiento organizacional, es el resultado de como fluye la comunicación interna dentro de una empresa, su administración y los objetivos que desea alcanzar la empresa.

### **1.4.2.- Indicadores de comunicación interna**

Según Enrique B. Franklin y Mario Krieger (2011) toda organización debe considerar a sus integrantes como primer público objetivo: los trabajadores

---

<sup>9</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Enrique B. Franklin, Mario Krieger Primera Edición 2011 por Pearson Education de México S.A de C.V. Pág10.

forman un conjunto de individualidades diferenciadas que necesitan información, su nexo de unión es una rara relación laboral coordinada que pretende alcanzar un objetivo común. (pág. 252)<sup>10</sup>

Por lo cual, existen indicadores como los operativos, tácticos y estratégicos.

- **Indicadores operativos.-** dependen del número de producción, estos además se miden por la cantidad de artículos que se publican en todos los medios.
- **Indicadores tácticos.-** son los que están enfocados en captar la atención de la audiencia, estos se miden por el número de visitas que se tienen dichos artículos, pero esto solo cuando se trata de reproducciones a través del internet, cuando se trata de forma física se mide por medio del tiraje
- **Indicadores estratégicos.-** es la capacidad de transformar conductas mediante las comunicaciones.

Como todo proceso de comunicación existen acciones comunicativas que permiten usarse en el momento adecuado dependiendo de la situación en que se necesiten.

## **1.5.- Intervención sobre las acciones comunicativas**

### **1.5.1.- Acción comunicativa estratégica**

Enrique B. Franklin y Mario Krieger (2011:253) explican que estas intervenciones tienden a desarrollar y vincular la comunicación estratégica con la planeación y las decisiones estratégicas en las organizaciones.

Tienen dos funciones la primera es que tiene como meta que su imagen y marca tenga posicionamiento y además de tener estrategia comunicacional,

---

<sup>10</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Enrique B. Franklin, Mario Krieger Primera Edición 2011 por Pearson Education de México S.A de C.V. Pag252

segundo de permitir transferir cuáles son sus metas y objetivos a los integrantes de la organización. Las siguientes líneas resumen el aporte de E. Franklin et all (2011).

#### **1.5.1.1.- Acción comunicativa orientada a la acción simple**

Es la encargada de que las acciones comunicacionales dentro de la organización se manejen de una manera mucho más simple utilizando herramientas como la intranet, firmas digitales, plataformas virtuales, blog, para que de esta forma las tareas diarias se generen de manera simple.

#### **1.5.1.2.- Acción informal**

Esta se basa al clima laboral, es decir que todos los miembros de la organización puedan relacionarse con el objetivo de que el clima laboral de la empresa no se vea afectado y funcione de una buena manera.

#### **1.5.1.3- Acción comunicativa orientada al entendimiento**

Se realiza a través de capacitaciones para que el personal cree competencias de forma honesta y así puedan poner en marcha las ideas beneficiándose así la empresa y el individuo, ya que la opinión y las buenas doctrinas del personal harán que su organización crezca para bien.

#### **1.5.1.4.- Acción comunicativa normativa**

Esta busca que todas las políticas de la organización sean conocidas por los miembros a través de boletines de prensa, telefonía celular corporativa, plataformas corporativas, etc.

#### **1.5.1.5.- Acción comunicativa demostrativo-emulativa**

Utilizada más en grupos y equipos de trabajos con el fin de transmitir los conocimientos.

#### **1.5.1.6.- Acción comunicativa expresiva**

Es la que se transmite por medio de gestos y expresiones los mismos que hacen que la credibilidad de la organización se desarrolle.

#### **1.5.1.7.- Acción comunicativa manipuladora**

Este tipo de comunicación es poco considerada por las organizaciones por lo que puede llegar a causar efectos muy graves dentro de la empresa, además en la actualidad no es manejada por alta gerencia.

#### **1.5.2.- Desarrollo de planes comunicacionales**

Según el autor Franklin Fincowsky y Krieger Mario José (2011), destacan lo siguiente:

1. una imagen proyectada y una imagen pretendida.
2. objetivos de la estrategia de imagen y comunicación.
3. estrategias comunicacionales.
4. tipos de acción comunicativa a utilizar.
5. niveles de comunicación.
  - Interno. Entre áreas y equipos; con los empleados.
  - Externo. Institucional, relaciones públicas, etcétera.
  - Mapa de públicos.
6. fases de actuación: programas-recursos.
7. instrumentos de comunicación, por ejemplo:
  - Marketing

- Publicidad
- Patrocinio
- Institucional
- Internet

#### 8. Control de resultados de la acción comunicativa” (Franklin et al., 2011).<sup>11</sup>

El comportamiento organizacional tiene como elementos internos a la motivación, la personalidad, emociones y comunicación. Estos además hacen que la comunicación dentro de la organización sea más clara para todos sus miembros, y que al momento de que los altos mandos emitan un comunicado este llegue de forma clara y por lo tanto que exista una mejor relación dentro de la empresa.

Es por esto que, la comunicación interna posee varias herramientas, además que busca que estas sean utilizadas de la mejor manera por lo tanto tiene una finalidad dentro de una organización, la misma que hace sus aportes a los miembros de una empresa.

#### **1.5.3.- Fines de la comunicación interna**

Su principal finalidad es que logre utilizar todas las herramientas y los medios de persuasión que se encuentran alrededor del ser humano, para que de esta manera se enfoque a las demás personas y así puedan ser comunicadores de gran calidad y con espíritu de liderazgo, además de poder tomar decisiones y que el individuo se sienta capaz de hacerlo.

---

<sup>11</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Enrique B. Franklin, Mario Krieger Primera Edición 2011 por Pearson Education de México S.A de C.V. Pág. 255

Igualmente no hay que olvidar que también esta permite recibir mensajes, cómo se procesa la información y sus diferentes tipos de opiniones y cuales medios y herramientas son aplicados de acuerdo al mensaje que sea enviado.

### **1.6.- Comportamiento organizacional**

“Stephen P. Robbins y Timothy A. Judge (2013:10), explican que el comportamiento organizacional es un campo de estudio, lo cual significa que se trata de un área de especialidad específica con un conjunto común de conocimientos”.

Este tema involucra mucho lo relacionado con la motivación, personalidad, la comunicación y las emociones.

El comportamiento organizacional no es solo ver los aspectos de las personas en su vida diaria y profesional, sino que además tiene como función principal que los empleados mejoren su efectividad tanto para su propia satisfacción como para la de la organización.

El comportamiento organizacional tiene el objeto de analizar y estudiar los siguientes puntos que se encuentran dentro de las organizaciones; individuos, grupos y su estructura.

Según Stephen Robbins y Timothy Judge (2013), el comportamiento organizacional se ocupa del estudio de lo que hacen las personas en una organización y de cómo su comportamiento afecta al desempeño de esta. Y puesto que el comportamiento organizacional estudia en específico las situaciones en el ámbito laboral, no es de sorprender que haga énfasis en que el comportamiento se relaciona con cuestiones como los puestos de

trabajo, el ausentismo, la relación de personal, la productividad, el desempeño humano y la administración (pag10).<sup>12</sup>

Tanta es su importancia que se relaciona con otras ramas las mismas que son de vital importancia en toda organización.

### **1.6.1.- Disciplinas que intervienen en el comportamiento organizacional**

Existen varias normas que aportan de mucha información al comportamiento organizacional como la psicología, psicología social. La sociología y la antropología, personalidad y motivación.

#### **1.6.1.1.- Personalidad**

Filloux (1984) afirma: “la personalidad es, en resumen, el organismo humano que desarrolla sus formas características de conducta dentro de la vida social. Los sistemas de acción que en cada instante de la vida de un hombre concretan su ajuste al mundo son función, a la vez, del pasado que vive en el bajo el aspecto de hábitos, complejos reaccionales de todas clases, etc., y de las actuales exigencias del ambiente, del campo psicosocial” (pág. 20)<sup>13</sup>

La personalidad se crea o se desarrolla por las relaciones que tiene el individuo con otros, además, que se exponen anécdotas y experiencias pasadas como también aspectos del futuro y presente.

---

<sup>12</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge Edition 2013 por Pearson Education de Mexico, S.A. de C.V. PAG 10.

<sup>13</sup> Filloux , J.C., La personalidad. Eudeba, Buenos Aires, 1984, pág. 20.

Dicha personalidad del ser humano es muy cambiante, ya que se modifica a lo largo del tiempo, de acuerdo a como madura la persona.

Toda persona en sus distintos ciclos de vida y vejez, puede obtener cambios no solo de forma natural sino por experiencia y situaciones que haya vivido como traumas, alegrías o circunstancias positivas que nacieron en una etapa de la vida.

### **1.6.1.2.- Motivación**

De acuerdo a lo mencionado por Enrique B. Franklin y Mario Krieger, (2013) “la motivación se refiere a los objetivos y valores más inmediatos que la persona tiene en relación con su trabajo, mismos que pueden estar o no íntimamente ligados a las necesidades sociales o biológicas aprendidas, y que varían de manera notable de un individuo a otro según la edad, la etapa de desarrollo y la interacción que establece con distintos grupos o equipos de la organización en que interviene” (pág. 99).<sup>14</sup>

### **1.6.1.3.- Estrategias**

Enrique B. Franklin y Mario Krieger (2011) explican que la estrategia juega un papel clave en el desempeño de las organizaciones, en especial cuando constituye el mecanismo que le permitirá enfrentar a sus pares.

De hecho, la estrategia se traduce en competitividad estratégica al crear valor y permitir que la organización obtenga un rendimiento superior al promedio, condiciones que se transforman en rivalidad competitiva como resultado de las

---

<sup>14</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge Edition 2013 por Pearson Education de Mexico, S.A. de C.V. pág.99.

acciones que la organización realiza con el propósito de asumir un comportamiento competitivo.<sup>15</sup> (pág. 528).

Estas permiten crear dentro de la organización que los empleados compitan de manera sana y que por lo tanto se cree un estado competitivo.

### **1.7.- El comportamiento humano en el campo laboral**

De acuerdo a lo mencionado por E .Frankiln et al., 2011, es el estudio acerca de las conductas de los miembros dentro de una organización, tanto a nivel individual como grupal, además en ciertos casos es necesario crear estrategias para iniciar integraciones con todos los integrantes del lugar al que pertenecen, ya que de esta manera mejorara la productividad empresarial y además las actitudes de cada persona.

#### **1.7.1.- Las actitudes y la satisfacción en el trabajo**

Cada individuo puede presentar en el trabajo actitudes positivas como también negativas, las mismas que pueden interferir en el resultado de la productividad de la empresa y en su entorno natural.

Este se conoce como satisfacción laboral, si un miembro se encuentra cómodo con todo lo que le brinda la empresa, demuestra actitudes positivas, por el contrario de un individuo que esta estresado o que el clima laboral no le agrada, albergará actitudes negativas.

---

<sup>15</sup> COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge Edition 2013 por Pearson Education de Mexico, S.A. de C.V. pág. 528.

### **1.8.- Clima laboral**

Gan, Federico (2007) afirma que el clima laboral consiste en un conjunto de características que rodea a los empleados en el medio ambiente organizacional y que marca una diferencia significativa de una empresa a otra para convertirse en un reflejo del comportamiento de la misma organización, dentro de este se integran diversos factores en los que destacan: que es extremo al individuo, lo rodea y existe en la realidad organizacional. (pag173)<sup>16</sup>

Es por esto que no en todas las organizaciones se cuenta con el ambiente que el miembro de la empresa lo requiere, es por estas razones que en ciertos casos la producción, falta de comunicación y estrés laboral pueden ser aspectos relacionados a la escasez de este factor.

En esta fase en que interviene el empleado y la empresa, la motivación juega un papel de mucha importancia ya que esta cumple la función de perturbar directamente al trabajador, pero mejorando y aumentando su satisfacción laboral.

Contar con clima laboral seductor, hace que de buena manera los trabajadores de la organización incrementen sus estímulos y que además siempre posean la actitud positiva para colaborar con sus altos mandos, y de esta forma hacer que todos los objetivos y metas puestas por la organización se logren alcanzar pero de una forma más fácil.

Si el clima laboral está acompañado de la motivación, la parte competitiva de la empresa crecerá, como resultado se obtendrá que la producción, procesos de calidad, elaboración de productos y servicios serán entregados al público

---

<sup>16</sup> Gan, Federico et al, Manual de Recursos Humanos, Barcelona: UOC, 2007, pág. 273.

externo de una manera más óptima y esto hace que el icono de la empresa tenga fuerza en el mercado.

### **1.8.1.- Motivación humana en el clima laboral**

Existen aspectos que tienen relación con la motivación y el clima laboral, los que hacen al trabajador utilizar esfuerzo físico y mental pero no con la formalidad de que se sientan obligados a hacerlo, sino que por el contrario lo realicen porque nace de ellos, esto se produce de la siguiente manera:

- ✓ Persuadir a los empleados que el trabajo tiene un fin y que vale la pena.
- ✓ Amenazas de multas.
- ✓ Esperanzas de premios.

#### ***1.8.1.1.- Métodos de evaluación del clima laboral***

Se estima que cuando los trabajadores ponen en práctica todos sus conocimientos de gran manera y al cien por ciento, es porque se encuentran en un clima laboral agradable. Si sucediera lo contrario, es por la razón que su clima laboral no es el acorde, por lo tanto el empleado no se encuentra satisfecho en su puesto de trabajo.

Es necesario realizar un análisis para determinar cuáles son los factores que incomodan al personal, los miembros de la organización tienen como función resolver los conflictos que se presenten de manera directa.

Además, un método para evaluar el clima laboral no es dar a conocer cuáles son los miembros que causan problemas, sino que como convertir posibles problemas en fortalezas para la empresa.

Existen diversas metodologías de análisis como tener contacto directo con el empleado el mismo que es de mucha importancia. A través de ella se nota en qué circunstancias se encuentra el personal y si está a gusto con su lugar de labor, esto se puede medir a través de encuestas y entrevistas para tener como fin la recolección de datos para más tarde interpretar los resultados.

#### ***1.8.1.2.-Variables en el clima laboral***

Se presentan en casi todas las empresas las mismas que son el ambiente físico encontrándose con factores como el ruido, malas instalaciones, calor, etcétera.

##### **✓ Variables estructurales**

Casi siempre son el tamaño de la organización, de allí sus reglas y sus normas.

Si los factores de una organización son los adecuados para su personal, el compañerismo, el trabajo en equipo fluirá de una mejor manera, caso contrario saldrán a la luz conflictos entre sus miembros o hasta entre departamentos.

Es por tal razón que el clima laboral influye en la productividad de la empresa, incrementara la satisfacción laboral por lo cual desaparecerá el estrés y las tensiones.

Resultados como la productividad, la innovación y la responsabilidad por parte de los trabajadores hará que hasta incluso estén involucrados en la toma de decisiones de la empresa.

Por último, las recompensas son por qué se hacen las actividades de buena manera, siempre y cuando el trabajo que se hace este bien hecho.

Una técnica que se utiliza muy a menudo es de utilizar más los premios que los castigos, ya que de esta forma, el miembro de la organización toma la iniciativa de hacer bien su trabajo.

De igual forma, en sistemas como los de la salud la comunicación, las estrategias y el clima laboral adquieren un papel muy importante ya que estos están en constante relación con el público externo.

### **1.9.- Servicios públicos aplicados en el área de salud**

La salud es un derecho y una obligación que tienen todas las personas, porque esta influye en el desarrollo como sociedad, además en su economía y educación de la población. Sintetizando las aportaciones de Bernal, I, et al (2013), los siguientes párrafos describen cada título citado.

Por lo que las instituciones que brinden este servicio lo tienen que realizar de manera oportuna, de tal forma que la población la acepte de acuerdo a su gran calidad.

Es por esto que, los gobiernos de cada país deben de preocuparse por cómo funciona el sistema de salud, saber cuáles son sus perspectivas sanitarias y darse cuenta si la sociedad está conforme con el trato que brindan estas instituciones.

Otros factores que se tiene en consideración es el trato que ofrecen hacia los pacientes, la infraestructura, si el área de administración presta la información

correcta y por ultimo si los profesionales están aptos para ofrecer sus conocimientos y ponerlos en práctica.

### **1.9.1.- La calidad de los servicios públicos de salud y sus técnicas de evaluación**

Los diferentes cambios que experimentan las organizaciones en especial las de salud pública, ponen a la vista que es necesario que se cuente con una estructura futurista, mejor calidad de atención, dándose cuenta las necesidades de los usuarios con la intención de obtener un servicio óptimo y de gran calidad.

También que las metas que se propone la institución como por ejemplo renovar su calidad, su eficacia y eficiencia, estar siempre en una mejora continua, la calidad en la atención a los pacientes hace que la empresa se vuelva más competitiva. La intención del área es acoger a cada una de las necesidades de los pacientes, transformando esta necesidad en una costumbre, obteniendo como resultado mejor calidad hacia los pacientes.

### **1.9.2.- Clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud.**

Debe de hacerse una evaluación para obtener resultados de cómo se encuentra el clima organizacional en las instituciones que ofrecen servicios públicos, por la razón de que tienen que escogerse tanto para satisfacción propia como estar a nivel frente a la competencia.

Es por esto si se mejora la calidad de la atención médica, identificar los elementos que condicionan el ambiente de trabajo crea por resultado que se elabore un vínculo entre empleados y clientes.

Estos procesos serán exitosos haciendo lo mencionado anteriormente, por el contrario, si se cuenta con un clima laboral negativo nacerán conflictos internos y externos, bajo rendimiento, además de la calidad hacia los pacientes estará pésima.

Factores como la motivación, el compromiso, la productividad hacen que la atención médica sea su principal presentación y por lo tanto la empresa como tal funcionará mejor.

En síntesis, para poder analizar el clima organizacional en las unidades hospitalarias se tiene que tener en consideración elementos principales como la estructura de trabajo, sus normas y reglas, el apoyo que existe entre cada miembro.

De acuerdo de cómo se encuentren los empleados y su área de trabajo el resultado que se obtiene será saber si existe satisfacción para elaborar sus tareas, lo mismo que generara efectos tanto internos como externos, esto además influye de una forma u otra a los usuarios, esta ventaja puede ser en consecuencia una mejor atención al cliente y una buena relación del personal.

#### **1.10.- Marco legal de la investigación**

El Distrito de Salud 13D02 Manta-Jaramijó-Montecristi, ubicado en el barrio Córdoba calle16 avenida 3 de la ciudad de Manta es la matriz principal de estos mencionados cantones, que tiene como función principal la de administrar, informar a las demás unidades médicas de la ciudad de cualquier

evento importante que se presente o de una noticia enviada por el ministerio de salud del Ecuador.

Este distrito es el encargado de entregar a los clientes información acerca de resultados médicos, certificados ocupacionales de trabajos y servicios de funcionamiento.

## CAPITULO II

### RESULTADO DEL ESTUDIO

#### 2.1 Análisis e interpretación de resultados

A continuación se presentara la entrevista abierta dirigida al Ing. Adrián Arteaga Gómez encargado del departamento de talento humano del Distrito de Salud de Manta la misma que cuenta con análisis de cada respuesta la cual servirá posteriormente para formular cuestionarios a los empleados de esta unidad médica.

#### **Entrevista dirigida al Asistente de Talento Humano del Distrito de Salud 13D02 Manta– Montecristi – Jaramijó.**

El siguiente cuestionario se realizó con el fin de obtener información general y básica del distrito de salud, para saber cuáles son las estrategias, herramientas que utilizan en dicha unidad y si son necesarias para emitir información hacia las demás sucursales.

#### **1. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen las 32 unidades que pertenecen a la dirección distrital 13D02 Jaramijó-Manta- Montecristi?**

**Respuesta:** “Medicina general, Pediatría, Odontología, Rehabilitación, Laboratorio, Imagenología, Admisiones y atención al usuario, Ambulatorios de cirugía, etc.”.

**Análisis:** El Asistente encargado del Talento Humano del Distrito de Salud N#13D02 de Manta – Jaramijó – Montecristi, mencionó los servicios que ofrecen a los ciudadanos contando la mejor atención posible para acoger sus necesidades.

**2. ¿Qué servicios brindan cada uno de estos centros de salud de acuerdo al cantón en que se encuentran y cuáles son los profesionales que conforman el personal de cada uno de dichos centros?**

**Respuesta:**

**Primer nivel**

Puestos de Salud, Subcentros, Centros de Salud:

**Puesto Salud (PS):**

Es un establecimiento de salud que presta servicios de promoción y prevención de la salud, actividades de participación comunitaria y primeros auxilios; su población asignada adscrita es de menos de 2000 habitantes; cumple con las normas de atención del Ministerio de Salud Pública (MSP), cuenta con botiquín e informa mensualmente de sus actividades al nivel correspondiente. Es la Unidad de máxima desconcentración, atendida por un/a auxiliar de enfermería o técnico/a superior en enfermería; está ubicado en la zona rural de amplia dispersión poblacional.

**Centro de Salud:**

Es una unidad operacional implementada para producir acciones de salud integral de tipo ambulatorio.

**Centro de Salud (CS Tipo A):**

Es un establecimiento del Sistema Nacional de Salud que atiende a una población de 2.000 a 10.000 habitantes, asignados o adscritos, presta servicios

de prevención, promoción, recuperación de la salud, cuidados paliativos, atención médica, atención odontológica, enfermería y actividades de participación comunitaria; tiene farmacia/botiquín institucional; cumple con las normas de atención del Ministerio de Salud Pública.

**Centro de Salud (/CS Tipo B):**

Es un establecimiento del Sistema Nacional de Salud que atiende a una población de 10.000 a 50.000 habitantes, asignados o adscritos, que brinda acciones de salud de promoción, prevención, recuperación de la salud y cuidados paliativos, a través de los servicios de medicina general, odontología, psicología y enfermería; puede disponer de servicios de apoyo en nutrición y trabajo social. Dispone de servicios auxiliares de diagnóstico en laboratorio clínico, Imagenología básica, opcionalmente audiometría y farmacia institucional; promueve acciones de salud pública y participación social; cumple con las normas y programas de atención del Ministerio de Salud Pública. Atiende referencia y contra referencia.

**Centro de Salud (CS Tipo C):**

Es un establecimiento del Sistema Nacional de Salud que realiza acciones de promoción, prevención, recuperación de la salud, rehabilitación y cuidados paliativos, a través de los servicios de medicina general y de especialidades básicas (ginecología y pediatría), odontología, psicología, enfermería, maternidad de corta estancia y emergencia; dispone de servicios auxiliares de diagnóstico en laboratorio clínico, Imagenología básica, opcionalmente audiometría, farmacia institucional; promueve acciones de salud pública y participación social; cumple con las normas y programas de atención del Ministerio de Salud Pública. Atiende referencia y contra referencia.

**Análisis:** Según el Ingeniero Adrián Arteaga Gómez afirma que, cada Centro de Salud brindan diferentes tipos de servicios, recalcando que se cuenta con excelentes profesionales en cada una de las distintas áreas, conociendo al personal que conforman cada uno de los Centros de Salud o en su mayoría.

**3. ¿Cuál es el fin que cumple la matriz ubicada en el barrio Córdova de la ciudad de Manta?**

**Respuesta:** “Desarrollar técnica y gerencialmente la red de servicio de salud de su zona de influencia (Manta, Montecristi y Jaramijó) para brindar atención de salud integral, de calidad, eficacia y equidad que permita contribuir al Buen Vivir de la población”.

**Análisis:** Es importante saber sobre la finalidad del Centro de Salud en la Ciudad de Manta, en la cual el Ingeniero destacó que la salud del ser humano es lo principal y primordial en la vida, por ello, brindan una excelente atención a la ciudadanía para llevar una vida saludable.

**4. ¿Sabe usted cómo está constituido el organigrama funcional de la institución?**

**Respuesta:** “Sí “

**Análisis:** Se analizó de acuerdo a esta breve respuesta, que el entrevistado tiene conocimiento sobre cómo está conformado el organigrama de la empresa y un punto a sobresalir es que todos los colaboradores de los Centros conocen el mismo, fijándonos que se encuentra pegado en las paredes del Distrito.

**5. ¿Cuál es el organismo máximo al cual se rige este distrito y cómo recibe él las peticiones, noticias y cualquier otra comunicación propia a este tipo de organizaciones sea de la parte del gobierno o de la localidad?**

**Respuesta:** “El organismo máximo al que se rige este Distrito de Salud es al Ministerio de Salud Pública (Planta Central) el cual la matriz queda en la ciudad de Quito, pero el flujo de comunicación con planta central debe pasar un filtro, que son las coordinaciones zonales en nuestro caso la zonal 4 ubicada su matriz en la ciudad de Portoviejo; es decir que nosotros al enviar comunicaciones directamente al Ministerio de Salud, deben ser enviadas primero a la Coordinación Zonal 4 el cual consolida y valida la información de la provincia de Manabí y santo domingo de los Tsachillas para su posterior envío a Planta Central, igualmente la información enviada por el MSP son enviadas primero a las coordinaciones zonales para que ellos canalicen su distribución y comunicación a todas las unidades operativas desconcentradas EOD (distritos de salud), ya sea por los medios de QUIPUX y ZIMBRA del ministerio”.

**Análisis:** En la empresa se maneja una comunicación fluida, atravesando primero por la Coordinación Zonal 4 de Manabí y Santo Domingo de los Tsachillas quienes verifican la información para afianzar la misma y enviarla correctamente a la Matriz principal, siendo este el Ministerio de Salud Pública con quienes trabajan conjuntamente.

**6. Tengo entendido que las plataformas Quipux y el Zimbra son canales de comunicación oficiales utilizados por los organismos del sector público. ¿Podría referirse al respecto?**

**Respuesta:** “El Quipux se lo utiliza cuando se envía o se recibe información más directa y con mucha importancia, como por ejemplo al momento de que llega una información directa del ministerio de salud pública, por su parte el Zimbra se utiliza para emitir comunicados más informales, como por ejemplo pedir información de los otros grupos de trabajo, en que parte se encuentran ciertos documentos, etc., este sistema es parecido al correo electrónico”.

**Análisis:** Esta respuesta pone en manifiesto que por ser un organismo público constan de ciertas plataformas como medios de comunicación con todos los colaboradores, por medio donde se acentúa la información dentro de la institución, y poder estar comunicados sobre cualquier suceso formal e informal.

**7. De las formas de comunicación documentadas en la siguiente lista, podría explicarnos en qué medida son estas utilizadas en el Distrito de Salud N°13D02.**

**Respuesta:** “Manual de acogida o inducción, Cartas de alta dirección, Carteleras, Revista interna, Intranet, Línea directa, Video revista, Reuniones”.

Carteleras.- sirven para comunicar información interna y externa al personal visita esta dirección. Estas se encuentran ubicadas donde se halla el flujo de usuarios. Se publican noticias convocatoria de concursos de méritos y oposición y las actividades que realizan los departamentos mensualmente.

Línea directa.- Es usada solo por los miembros de cada departamento, no existe específicamente un canal que sirva de retroalimentación para esta unidad es decir personal de limpieza y seguridad no entra en este proceso , los

demás miembros si utilizan los denominados sistemas llamados Quipux y Zimbra.

Reuniones.- se utiliza para actualización de información, normas y políticas porque estas siempre están en actualización, además para resolver problemas internos.

Manual de acogida.- este es utilizado de forma virtual a los empleados que son nuevos en el distrito, además de este después de ingresar se les da indicaciones por parte del personal que ya pertenece a la unidad distrital.

**Análisis:** Cabe mencionar, que por lo expresado manejan algunas formas de comunicación eficaces y eficientes, para mantener constante participación con todos los profesionales del Centro de Salud en la Ciudad de Manta.

A continuación se presentan las encuestas realizadas a miembros específicos de áreas como la de talento humano, administración y comunicación, graficando los resultados expuestos a través de gráficos estadísticos los mismos que serán expuestos en las siguientes páginas.

### **2.1.1 Encuestas dirigidas al público interno del distrito de salud del cantón de Manta.**

Para obtener esta información se tuvo que contar con personal del área de talento humano, administración y comunicación graficando los resultados expuestos a través de gráficos y tablas estadísticas los mismos que serán expuestos a continuación.

1. ¿Conoce usted los servicios que ofrecen las 31 unidades que pertenecen a la dirección distrital 13D02 Jaramijó-Manta-Montecristi?

Tabla 2.4

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	90%
NO	1	10%
n=	10	100%

Conocimiento de Servicios

Gráfico 2.4



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** De las personas encuestadas, el 0.90% asegura saber sobre todos los servicios ofrecidos en las diferentes unidades de salud y contando con un 0.10% de personas que dicen no conocer sobre los mismos. Es posible porcentaje de empleados no informados sea el tipo de empleado que no tenga acceso directo a las plataformas digitales.

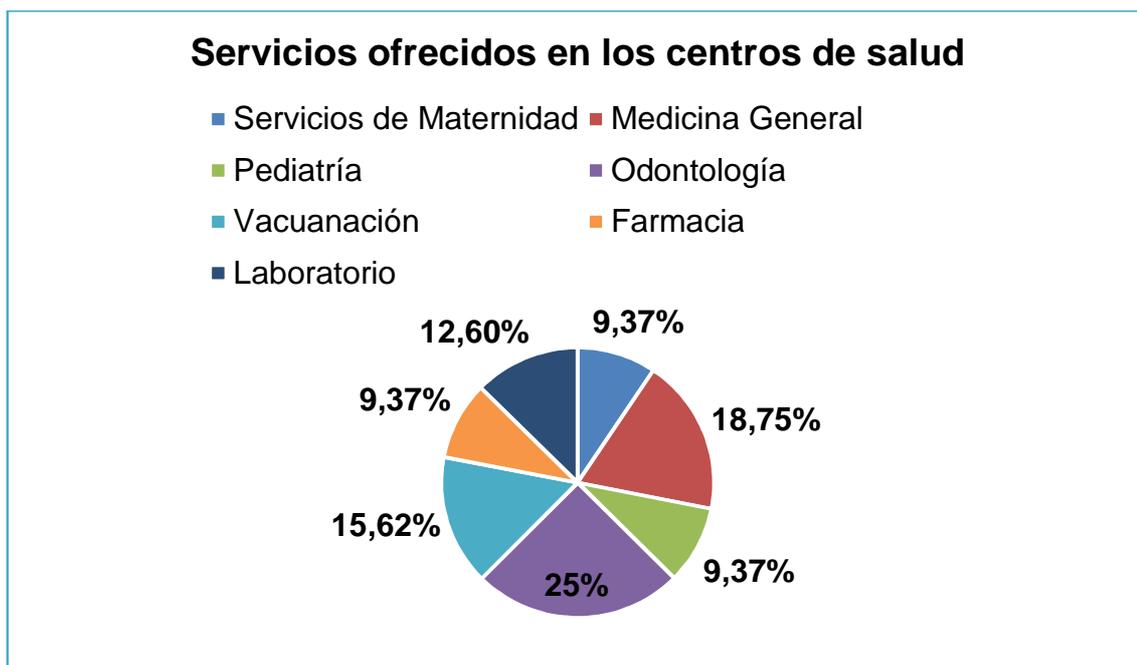
2. ¿Cuáles son los servicios que brindan cada uno de los centros de salud en los cantones Manta-Montecristi-Jaramijó?

Tabla 2.5

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios de Maternidad	3	9.37%
Medicina General	6	18.75%
Pediatría	3	9.37%
Odontología	8	25%
Vacunación	5	15.62%
Farmacia	3	9.37%
Laboratorio	4	12.6%
n=	32	100%

Servicios ofrecidos en los centros de salud

Gráfico 2.5



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** Ante esta pregunta los encuestados tienen conocimientos de los servicios que ofrecen en los centros de salud en los cantones Manta-Montecristi-Jaramijó, un 25% manifestó que brindan ayuda en el área de odontología, un 18.75% dijo que cuentan con atención en medicina general, seguido de un 15.62%, que conocen acerca de proporcionar servicios de vacunación, frente a un 12.60% de las personas encuestadas quienes mencionaron que ofrecen asistencia de laboratorio clínico y finalmente en su gran minoría tenemos al 9.37% que saben acerca de los trabajos proporcionados, entre farmacia, servicios de maternidad y laboratorio

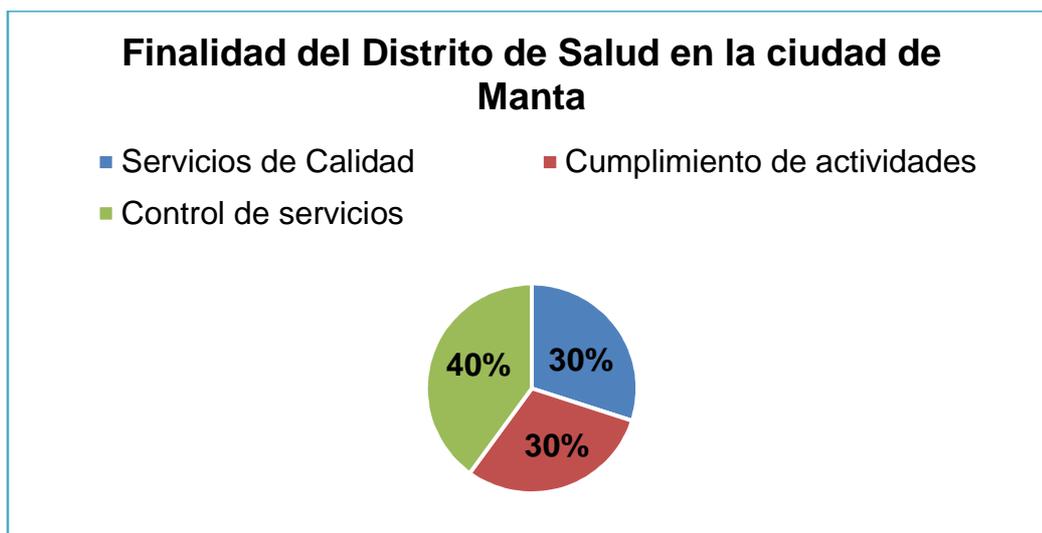
3. ¿Cuál es el fin que cumple la matriz de salud ubicada en el barrio Córdova de la ciudad de Manta?

Tabla 2.6

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios de calidad	3	30%
Cumplimiento de actividades	3	30%
Control de servicios	4	40%
n=	10	100%

Finalidad del Distrito de Salud en la ciudad de Manta

Gráfico 2.6



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** Como se puede observar en el gráfico, tenemos que el 40% asegura que la finalidad de la unidad de salud en el cantón Manta es mantener un control y monitoreo de los servicios que brinda cada uno de las unidades de salud para un adecuado funcionamiento de las mismas. Por otro lado un 30% de los encuestados hacen referencia a la misión de brindar servicios de calidad y de coordinar, planificar, provisionar y asignar recursos indispensables para cumplir con actividades en relación a las necesidades de los usuarios.

4. ¿Conoce usted cómo está constituido el Organigrama Funcional de la Institución?

Tabla 2.7

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	100%
NO	0	0
n=	10	100%

Organigrama Funcional

Gráfico 2.7



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** El organigrama funcional de cualquier institución es esencial y fundamental, y se observa en la gráfica que en su totalidad con un 100% de los encuestados conocen a sus jefes o superiores y a todos sus compañeros de trabajo, ayudándose y compartiendo entre sí para una llevar a cabo un excelente ambiente y clima laboral.

5. ¿Cuál es el Organismo máximo al cuál se rigen los Distritos de Salud?

Tabla 2.8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ministerio de Salud Pública	6	60%
Coordinación Zonal 4	4	40%
<b>n=</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Organigrama Máximo

Gráfico 2.8



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** El principal Organismo por el cual se rigen los centros de salud de los cantones Manta-Montecristi-Jaramijó, mencionados por el 60% de las personas quienes se encuestaron es el Ministerio de Salud Pública. Además el 40% dijo estar guiados también a través de la coordinación Zonal 4.

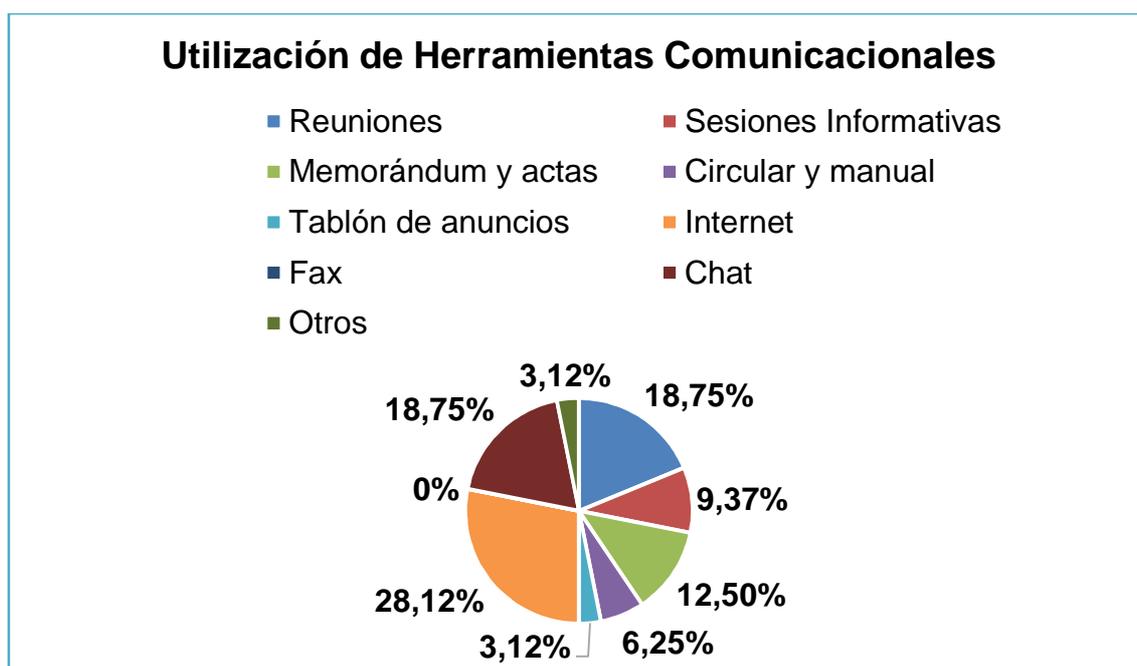
6. ¿Qué herramientas comunicacionales utilizan los Distritos de salud para llevar a cabo un mensaje a su Organismo máximo?

Tabla 2.9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reuniones	6	18.75%
Sesiones Informativas	3	9.37%
Memorándum y actas	4	12.5%
Circular y manual	2	6.25%
Tablón de anuncios	1	3.12%
Internet	9	28.12%
Fax	0	0%
Chat	6	18.75%
Otros	1	3.12%
<b>n=</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Utilización de Herramientas Comunicacionales

Gráfico 2.9



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** Una de las herramientas de comunicación más utilizadas para mantenerse en contacto e informados dentro de los centros de salud es el internet, ya que es una de las redes rápidas para comunicarse (28.12%), las

reuniones y el chat también son una buena opción al momento de querer dar a conocer noticias importantes (18.75%), los memorándum y actas oficialmente son consideradas por un porcentaje del (12.50%), seguidos de las sesiones informativas, de las cuales nos damos cuenta que no gozan de una fuerte acogida por parte de la institución y de la cual debería ser una herramienta comunicacional valorada (9.37%), en un (6.25%) las personas encuestadas manifestaron que en definitiva las circulares y manuales no son una de las principales opciones para notificar o transitar información, y en su gran minoría tenemos con el (3.12%) los tableros de anuncios y otras formas para brindar a conocer mensajes adecuados.

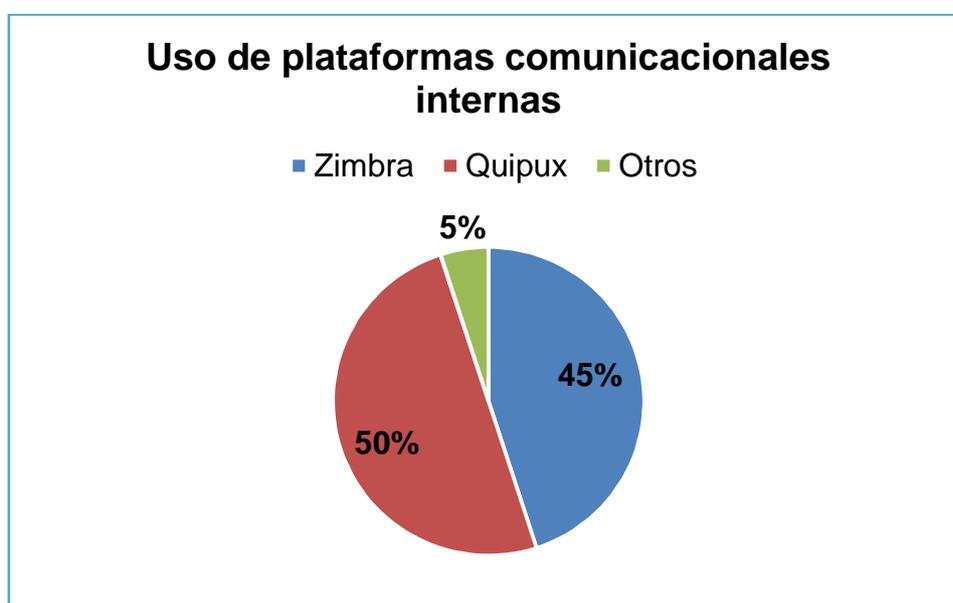
7. ¿Cuáles son los canales o plataformas comunicacionales utilizados por los organismos del Sector Público?

Tabla 2.10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Zimbra	9	45%
Quipux	10	50%
Otros	1	5%
n=	20	100%

Uso de plataformas comunicacionales externas

Gráfico 2.10



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.

**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

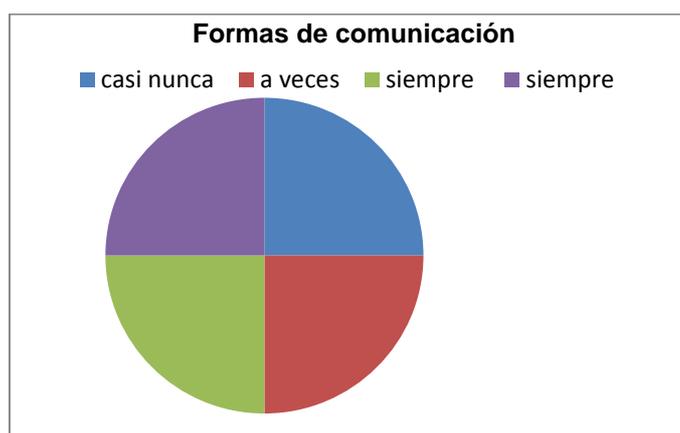
**Análisis:** El público interno de la institución expresó que se comunican bajo un plataforma llamada Quipux (50%), y Zimbra (45%), los cuales son redes para mantenerse conectados entre el personal de los centros o unidades de salud en los cantones Manta-Montecristi-Jaramijó. Por último el (5%) mencionó otros tipos de canales comunicacionales como las redes sociales y mensajerías.

8. De las formas de comunicación documentadas en la siguiente lista, podría explicar ¿Con qué frecuencia son estas utilizadas en el Distrito de Salud N°13D02?

Tabla 2.11 Formas de Comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA			PORCENTAJE
	Casi Nunca	A veces	Siempre	
Cartelera			10	25%
Línea Directa			10	25%
Reuniones		10		25%
Manual de acogida	10			25%
n=	10	10	20	100%
TOTAL:		40		

Gráfico 2.11



**Fuente:** Personal Interno del Distrito de Salud en la ciudad de Manta.  
**Elaborado por:** Mauricio Tarambis

**Análisis:** Revisando la tabla y el gráfico se puede observar que el 25% de los encuestados contestó que siempre se utilizan las carteleras para la publicación de datos estadísticos, de promoción y prevención de salud ubicados en cada unidad. Seguido por el 25% quienes aseguraron siempre hacer uso de líneas telefónicas convencionales en cada una de las unidades operativas. Otro 25% menciona a las reuniones o mesas de trabajo como una forma de comunicación en ciertas ocasiones aplicadas para llevar a cabo socializaciones, capacitaciones, también temas referentes a programas y

proyectos. Además tenemos al 25% mencionando que casi nunca toman como referencia al manual de acogida, sólo se es empleado a través de la inducción que recibe cada nuevo colaborador al momento de su ingreso.

## **CAPITULO III**

Este capítulo está dedicado a la proveerle información básica de la empresa, como es la misión, visión, valores, principios y organigrama del Distrito de Salud de Manta, sumándose además la propuesta, descripción del plan y los objetivos que se desean lograr y poner en carrera por la institución.

### **3.1 TEMA DE LA PROPUESTA**

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL DISTRITO DE SALUD #13D02 MANTA-JARAMIJÓ-MONTECRISTI.”

#### **3.1.1 Descripción del Distrito de Salud.**

##### **SEDE DISITRITAL DE SALUD**

La Sede Distrial de Salud 13D02, esta ubicada en el barrio Cordova, avenida 6 entre calle 16 y 17. El horario de atencion es de lunes a viernes de 08:00 a 16:30.

Contactos telefonicos:629500-629475.

Email: [manta@d2mspmanta.gob.ec](mailto:manta@d2mspmanta.gob.ec)

La direccion Distrital de 13D02, tiene una poblacion asignada de289.292 según el INEC ( censo 2010) , geograficamente esta conformado por los cantones Manta, Montecirsti y Jaramijo. La red de servicios oferta Atencion Primaria en Salud en la 32 unidades operativas (20 Manta,11 Montecristi y una en Jaramijo).

### **3.1.1.1 MISIÓN**

Desarrollar técnicas y generalmente la red de servicio de salud de su zona de influencia (Manta, Montecristi y Jaramijo) para brindar atención de salud integral, de calidad, eficacia y equidad que permita contribuir al Buen Vivir de la población.

### **3.1.1.2 VISIÓN**

El Distrito de Salud N° 13 D02, ejercerá plenamente la gobernanza del Distrito Sanitario con el modelo establecido en el Ministerio de Salud Pública del país que prioriza la promoción de la salud y la prevención de enfermedades, con altos niveles de atención de calidad, con calidez, garantizando la salud integral de la población y el acceso universal a una red de servicios, con la participación coordinada de organizaciones públicas, privadas y de la comunidad.

### **3.1.1.3 VALORES**

Respeto.- Entendemos que todas las personas son iguales y merecen el mejor servicio por lo que nos comprometemos a respetar su dignidad y a atender sus necesidades teniendo en cuenta, en todo momento, sus derechos.

Inclusión.- Reconocemos que los grupos sociales son distintos y valoramos sus diferencias.

Vocación de servicios.- Nuestra labor diaria lo hacemos con pasión.

Compromiso.- Nos comprometemos a que nuestras capacidades cumplan con todo aquello que se nos ha confiado.

Integridad.- Tenemos la capacidad para decidir reponsablemente sobre nuestro comportamiento.

Justicia.- Creemos que todas las personas tienen las mismas oportunidades y trabajamos para ello.

### 3.1.1.4 PRINCIPIOS

Universalidad, equidad, trabajo en equipo, ética y confidencialidad<sup>17</sup>

### 3.1.1.5 ORGANIGRAMA



### 3.2 Descripción del plan

La propuesta tiene el objetivo de ubicar en cada una de las unidades médicas un profesional encargado de la comunicación para que de este modo le logre crear una comunicación interpersonal creando así estrategias que sirvan para el mejoramiento del sistema comunicativo, evitando así no usar en toda ocasión los sistemas de comunicación como son el Quipix y Zimbra.

<sup>17</sup> Dirección Distrital 13DOS Jaramijó-Montecristi-Manta Salud <https://distritodesaludmanta.wordpress.com/about/>

### **3.2.1 Objetivos**

#### **3.2.1.1 Objetivo General**

Implementar estrategias de comunicación interna en cada una de las sucursales de salud a través de personal profesional de comunicación

#### **3.2.1.2 Objetivos Específicos**

- Permitir una comunicación interpersonal a través de un asesor comunicacional en los departamentos de Manta-Montecristi-Jaramijó zona 4.
- Contribuir a la mejora de la comunicación por medio del conocimiento interdepartamental de la información.
- Implementar el sistema de relaciones públicas o asesores comunicacionales en los departamentos de Manta-Montecristi-Jaramijó zona 4.
- Evaluar la eficacia de la propuesta prevista en valor a la mejora de futuros proyectos.

### 3.3. Cronograma <sup>18</sup>

ACTIVIDADES	FRECUENCIA													
	Sept			Octu			Novi			Dici			Ene	
Selección del tema	■													
Aprobación del tema		■	■											
Revisión de anteproyecto				■	■									
Desarrollo del I Capítulo.					■	■								
Marco Referencial						■								
Presentación de encuestas y entrevistas						■	■							
Aplicación de encuestas y entrevistas							■	■	■					
Desarrollo del II Capítulo.								■	■					
Desarrollo del Marco Metodológico									■	■				
Procesamiento y análisis de datos de encuestas y entrevistas										■	■	■		
Desarrollo del III Capítulo											■			
Desarrollo de la propuesta de Comportamiento Organizacional											■	■		
Recursos y Presupuesto												■	■	
Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones.													■	
Presentación del Proyecto														■

<sup>18</sup> Dirección Distrital 13DOS Jaramijó-Montecristi-Manta Salud <https://distritodesaludmanta.wordpress.com/about/>

### 3.4 Recursos

#### 3.4.1. Recursos Humanos

Grupo de Talento humano considerado para la realización de esta investigación consta del siguiente personal:

DETALLE	POBLACIÓN
Autor del proyecto-Mauricio Tarambis Macías	1
Tutora-Mariuxi Mendoza, Mg	1
Personal administrativo del Distrito de Salud N° 13 D02 Manta-Jaramijó-Montecristi	54
Total	56

#### 3.4.2. Recursos Económicos

Este proyecto investigativo fue financiado por el autor del proyecto el mismo que se detalla en el siguiente gráfico.

---

**COSTOS DIRECTOS**

<b>RECURSOS MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Laptop</b>	1	\$650	\$650
<b>Impresora</b>	1	\$300	\$300
<b>Tinta para impresora</b>	2	\$7.50	\$15
<b>Hojas</b>	350	\$0.02	\$7
<b>Anillados</b>	3	\$20	\$60
<b>Copias</b>	180	\$0.03	\$5.40
<b>Pen drive</b>	1	\$5	\$5
	<b>Subtotal</b>		<b>\$1.042,40</b>

---

**COSTOS INDIRECTOS**

<b>Energía eléctrica</b>	1	Planilla	\$85
<b>Internet</b>	1	Planilla	\$44
<b>Viáticos</b>	Varios	-	\$180
<b>Alimentación</b>	Varios	-	\$210
<b>Teléfono</b>	1	Planilla	\$36
<b>Total costos indirectos</b>			<b>\$555</b>

---

---

## FINANCIAMIENTO

Total de costos directos		<b>\$1.042,40</b>	
Total de costos indirectos		<b>\$555</b>	
Total de proyectos		<b>\$1597.40</b>	
Tipo de recursos	<b>Autor</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Propio</b>	Mauricio Tarambis	\$1597.40	%100

Como total final del proyecto investigativo de tesis, dio como resultado la cantidad de (MIL CUARENTA Y DOS DOLARES CON CUARENTA CENTAVOS) que corresponden a patrimonios propios del autor.

### 3.4.3. Recursos Materiales

Se describen todos los materiales utilizados para la investigación y propuesta correspondientemente:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Textos y manuales	2
Libros	7
Hojas bond a4	280
Guías impresas	2
Pen drive	1
CD	3
Cámara fotográfica	1
Esferos y lápices	4

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Años atrás las empresas brindaban a la sociedad una información unilateral pero hoy en día se preocupan por mantener una comunicación bidireccional con el público externo como el interno. Por lo cual se concluye que:

- ✓ La comunicación interna, las estrategias de comunicación, sus diferentes procesos dentro del ámbito empresarial y el servicio público dentro de la comunicación organizacional, son motores esenciales y primordiales en el siglo XXI.
- ✓ Por lo investigado, dirigido por su máximo componente como lo es el Ministerio de Salud Pública, el distrito de salud del cantón Manta es una institución dedicada a brindar atención de salud integral, quienes se apoyan de ciertos canales y herramientas comunicacionales para comunicarse entre ellos, además falta fortalecer y mantener en función los mismos, para tener un flujo de información correcta entre su organismo principal y los operadores en sus cantones Montecristi y Jaramijó.
- ✓ La institución maneja una comunicación de manera eficiente mediante los sistemas Quipux y Zimbra, que son herramientas internas, pero estas noticias o peticiones muchas veces pueden llegar a tardar en tener una respuesta, debido a la gran cantidad y acumulación de correos.

## Recomendaciones

En la siguiente investigación se proporcionan las siguientes recomendaciones:

- ✓ Ubicar en las unidades médicas de los cantones de Manta, Jaramijó y Montecristi, un profesional de la comunicación para que de esta forma se perfeccione la comunicación entre ellos.
- ✓ Es recomendable que al personal que se contrate sean 100% profesionales en el área de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.
- ✓ Mantener constantes capacitaciones para los expertos en la materia de comunicación logrando con esto que se creen mejores opciones
- ✓ Elaborar una plantilla general para todos los centros médicos de los cantones de Manta–Jaramijó-Montecristi de estrategias comunicacionales, para llevar un mismo patrón y orden entre el personal interno de las instituciones.
- ✓ Finalmente, se aconseja que se realicen auditorias de comunicación manejadas por los mismos profesionales, obteniendo resultados que servirán para fortalecer el proceso comunicativo y así tomar decisiones si es necesario.

## BIBLIOGRAFÍA

- Dirección Distrital 13DOS Jaramijó-Montecristi-Manta Salud. (23 de abril de 2011) recuperado el 21 de octubre de 2015  
<https://distritodesaludmanta.wordpress.com/about/>
- Filloux, J.C., (1984). *La personalidad*. Buenos Aires: Eudeba.
- Fonseca, S, Correa, A, Pineda, M.I., Lemus, F (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Education.
- Franklin, E, Krieger, M, (2011). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Education.
- Gan, F, (2007). *Manual de recursos humanos*. Barcelona: UOC.
- Muñiz, R, (2008). *Marketing del siglo XXI*. España: Editorial centro de estudios financieros.
- Robbins, S.P., Judge, T.A., (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Education.
- Ministerio de salud pública, Ecuador ama la vida. (15 de octubre de 2014). recuperado el 18 de septiembre de 2015 <http://www.salud.gob.ec/>

- ULEAM - Sitio Web Institucional ( febrero de 2014) recuperado el 3 de octubre de 2015  
<http://www.bibliotecasdelecuador.com/cobuec/index.html>
- González, I.B., Pedraza, M, Sánchez, M,L., (2014) El clima organizacional y su relación con la calidad de los servicios públicos de salud: diseño de un modelo teórico.
- Nerio, T. (1998). Periodismo Actual. Buenos Aires. Colihue.
- Tello, M. (2012). Manual de Auditoria de Comunicación Interna. Tello.
- Ulloa, C. (2007). Comunicación, cultura y desarrollo. Quito; quipus.

# ANEXOS

## ANEXO 1



Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí  
Facultad Ciencias de la Comunicación



### **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL PROCESO DE COMUNICACIÓN DEL DISTRITO DE SALUD #13DO2 MANTA-JARAMIJO-MONTECRISTI.”**

Entrevista abierta

**Nombre:**

**Cargo:**

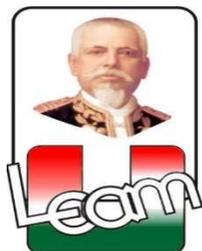
- 1. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen los distritos de Salud de Manta- Montecristi - Jaramijó?**
- 2. ¿Qué servicios brindan cada uno de estos centros de salud de acuerdo al cantón en que se encuentran y cuáles son los profesionales que conforman el personal de cada uno de dichos centros?**
- 3. ¿Cuál es el fin que cumple la matriz ubicada en el barrio Córdova de la ciudad de Manta?**
- 4. ¿Sabe usted cómo está constituido el organigrama funcional de la institución?**
- 5. ¿Cuál es el organismo máximo al cual se rige este distrito y cómo recibe el las peticiones, noticias y cualquier otra comunicación propia a este tipo de organizaciones sea de la parte del gobierno o de la localidad?**

**6. Tengo entendido que las plataformas Quipux y el Zimbra son canales de comunicación oficiales utilizados por los organismos del sector público. ¿Podría referirse al respecto, es decir: en que contextos lo utilizan, quienes los utilizan, etc.?**

**7. De las formas de comunicación documentadas en la siguiente lista, podría explicarnos en qué medida son estas utilizadas en el Distrito de Salud N°13D02.**

- Manual de acogida o inducción
- Cartas de alta dirección
- Carteleras
- Revista interna
- Intranet
- Línea directa
- Video revista
- Reuniones

## ANEXO 2



Universidad Laica Eloy Alfaro de  
Manabí



La presente encuesta será utilizada para describir las Estrategias de comunicación interna para mejorar el proceso de comunicación del Distrito de Salud N° 13DO2 Manta-Montecristi-Jaramijó”. Favor sírvase de contestar las preguntas señaladas a continuación. ¡Gracias por su colaboración!

**1.- ¿Conoce usted los servicios que ofrecen las 32 unidades que pertenecen a la dirección distrital 13D02 Jaramijó-Manta- Montecristi?**

SI	NO
----	----

**2.- ¿Cuáles son los servicios que brindan cada uno de los centros de salud en los cantones Manta-Montecristi-Jaramijó?**

**3.- ¿Cuál es el fin que cumple la matriz ubicada en el barrio Córdoba de la ciudad de Manta?**

**4.- ¿Conoce usted cómo está constituido el Organigrama Funcional de la Institución?**

SI	NO
----	----

**5.- ¿Cuál es el Organismo máximo al cuál se rigen los Distritos de Salud?**

**6.- ¿Qué herramientas comunicacionales utiliza el Distrito de salud para llevar a cabo un mensaje a su Organismo máximo?**

Reuniones	<input type="checkbox"/>	Tablón de anuncios	<input type="checkbox"/>
Sesiones informativas	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>
Memorándum y actas	<input type="checkbox"/>	Fax	<input type="checkbox"/>
Circular y manual	<input type="checkbox"/>	Chat	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>		

**7.- ¿Cuáles son los canales o plataformas comunicacionales utilizados por los organismos del Sector Público?**

ZIMBRA	QUIPUX	Otros

**8.- De las formas de comunicación documentadas en la siguiente lista, podría explicar ¿En qué medida son estas utilizadas en el Distrito de Salud N°13D02?**

**Cartelera:**

**Línea directa:**

**Reuniones:**

**Manual de acogida:**



**Ilustración N°1: entrevista al jefe de Talento Humano**



**Ilustración N°2: encuesta al asistente de tecnologías de la comunicación**



**Ilustración N°3: encuesta a jefa de Estadística y análisis de la informaciónn**



**Ilustración N°4: fichero de información distrital**