



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

CARRERA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TEMA:

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS
RELACIONES INTERPERSONALES DE LAS
INSTITUCIONES DE SALUD DEL CANTÓN CHONE.

AUTORES:

QUIROZ PINCAY XAVIER AUGUSTO
SOLORZANO ZAMBRANO YANDRY JAVIER

TUTORA:

LIC. ROCÍO BERMÚDEZ CEVALLOS

CHONE – MANABÍ – ECUADOR
2015

Lic. Rocío Bermúdez Cevallos Docente de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone, en calidad de Directora de esta investigación

CERTIFICO:

Que el presente TRABAJO DE TITULACIÓN: “La comunicación organizacional en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud del cantón Chone” ha sido exhaustivamente revisada en varias sesiones de trabajo, se encuentra listo para su presentación y apto para su defensa.

Las opiniones y conceptos vertidos en este trabajo de titulación son fruto del trabajo, perseverancia y originalidad de sus autores: Quiroz Pincay Xavier Augusto y Solórzano Zambrano Yandry Javier, siendo de su exclusiva responsabilidad.

Chone, Noviembre de 2015

.....
Lic. Rocío Bermúdez Cevallos

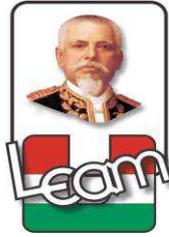
DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las opiniones, investigaciones, resultados, conclusiones y recomendaciones presentados en este trabajo de titulación, es exclusividad de sus autores.

Chone, Noviembre de 2015.

Quiroz Pincay Xavier Augusto

Solórzano Zambrano Yandry Javier



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el informe de investigación sobre el tema: “La comunicación organizacional en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud del cantón Chone”, elaborado por los egresados Quiroz Pincay Xavier Augusto y Solórzano Zambrano Yandry Javier de la Carrera de Comunicación Organizacional.

Chone, Noviembre de 2015.

.....
DECANO

.....
DIRECTOR TRABAJO TITULACIÓN

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
SECRETARIA

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se la dedico a mis familiares, que gracias a su apoyo he podido terminar mi carrera.

A mi abuelita Hermencia Molina que ha sido mi pilar fundamental en todos los logros que como ser humano he logrado conseguir, sin duda ella es mi inspiración por la cual día a día lucho en esta vida.

A mi mamá Becxy Pincay Molina, quién me brindó la vida y quien me ha permitido a lo largo de todos estos años formarme como persona y aun a pesar de que se encuentre distante siempre estaré agradecido por todo lo que me ha dado.

A mi tía Isabel, cariñosamente Chabelita que desde el cielo me cuida siempre y quien es sinónimo de lucha por todo el esfuerzo que hizo por mí desde que aún era un niño.

A toda mi familia, tíos, primos, a todos les agradezco por su confianza.

A los maestros quienes nunca desistieron en enseñarme aun sin importarles que muchas veces no prestaba atención en clases.

A quienes me apoyaron para desarrollar y concluir mi investigación.

Para todas esas personas es dedicado este proyecto de titulación pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

Quiroz Pincay Xavier Augusto

DEDICATORIA

El presente trabajo de titulación se lo dedico primeramente a Dios, por guiarme y acompañarme en cada paso que he dado, ilustrando mi mente para cumplir mis objetivos, además de ser el creador de la mayor felicidad y fuente de inspiración que he recibido en vida, el de ser padre de un hermoso niño, mi motivo de perseverancia y felicidad.

A mi madre por todo su apoyo incondicional, por su comprensión y su gran amor, inculcando los pasos del bien.

A cada uno de mis familiares que siempre han estado presentes y alentándome con sabios consejos y valores que me han permitido seguir adelante en el duro pero bello camino de la vida, así como el cumplimiento de mis metas más difíciles.

A todos mis amigos y compañeros, a quienes creyeron en mí, muchas gracias a todos por dedicarme tiempo, por compartir sonrisas, por permitirme entrar en sus vidas.

Solórzano Zambrano Yandry Javier

AGRADECIMIENTO

Primero y antes que nada agradecemos a Dios por estar en cada paso que hemos dado, por fortalecer nuestros corazones e iluminarnos la mente y por habernos puesto en el camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía en este periodo de estudio.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone y su Facultad de Comunicación, nuestro más profundo y sincero agradecimiento.

A los catedráticos quienes nos han enseñado a ser mejores en la vida e irnos realizando profesionalmente.

A nuestra Tutora por ser quien nos guio por los caminos del conocimiento de la forma más apropiada, por su amistad, por la paciencia al concedernos este valioso tiempo y culminar este trabajo de titulación que llevó mucho esfuerzo.

A los compañeros en clases quienes nos acompañaron en esta trayectoria de aprendizaje y conocimiento.

En general a todas y cada una de las personas que han vivido con nosotros en la realización de este trabajo de titulación, que no necesitamos nombrar porque nosotros tanto como ellos sabemos desde lo más profundo del corazón que les agradecemos que desde lo más profundo de nuestros corazones el habernos brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo, pero sobre todo cariño y amistad.

Quiroz Pincay Xavier Augusto

Solórzano Zambrano Yandry Javier

CONTENIDO

| | |
|--|-----|
| TÍTULO O PORTADA | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR | ii |
| AUTORÍA DE LA TESIS | iii |
| APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vii |
| 1 INTRODUCCIÓN | 1 |
| 2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. | 4 |
| 2.1 Contextualización..... | 4 |
| 2.1.1 Contexto macro. | 4 |
| 2.1.2 Contexto meso..... | 5 |
| 2.1.3 Contexto micro..... | 7 |
| 2.2 Formulación del problema | 8 |
| 2.3 Delimitación del problema | 8 |
| 2.4 Interrogantes de la investigación..... | 8 |
| 3 JUSTIFICACIÓN..... | 9 |
| 4 OBJETIVOS..... | 10 |
| 4.1 Objetivo general | 10 |
| 4.2 Objetivos específicos..... | 10 |
| 5 MARCO TEÓRICO | 11 |
| 5.1 Comunicación organizacional..... | 11 |
| 5.1.1 Flujo de comunicación en las organizaciones | 12 |
| 5.1.2 Comunicación Interna | 12 |
| 5.1.3 Comunicación Externa | 14 |
| 5.1.4 Factores claves del comportamiento organizacional..... | 17 |
| 5.1.5 Gestión de Comunicación | 18 |

| | | |
|--------|--|----|
| 5.1.6 | Diagnóstico del Sistema Organizacional..... | 25 |
| 5.1.7 | Componentes de la identidad corporativa | 26 |
| 5.1.8 | Gestión Administrativa | 30 |
| 5.1.9 | Cultura Organizacional..... | 33 |
| 5.1.10 | Toma de Decisiones | 33 |
| 5.2 | Relaciones interpersonales | 34 |
| 5.2.1 | Las relaciones interpersonales como una necesidad básica | 34 |
| 5.2.2 | Necesidades básicas de las Relaciones Interpersonales | 36 |
| 5.2.3 | Relaciones interpersonales laborales con los jefes y con los subalternos . | 41 |
| 5.2.4 | Relaciones interpersonales laborales con los compañeros | 42 |
| 5.2.5 | Relaciones interpersonales en el desarrollo del trabajo..... | 43 |
| 5.2.6 | Clima organizacional..... | 47 |
| 6 | HIPÓTESIS..... | 48 |
| 6.1 | Variables..... | 48 |
| 6.1.1 | Variable independiente..... | 48 |
| 6.1.2 | Variable dependiente..... | 48 |
| 6.1.3 | Término de relación..... | 48 |
| 7 | METODOLOGÍA | 49 |
| 7.1 | Tipo de investigación | 49 |
| 7.2 | Nivel de la investigación | 49 |
| 7.3 | Métodos | 49 |
| 7.4 | Técnicas de recolección de información | 50 |
| 7.5 | Población y muestra | 50 |
| 7.5.1 | Población..... | 50 |
| 7.5.2 | Muestra..... | 50 |

| | | |
|------|---|----|
| 8 | MARCO ADMINISTRATIVO | 51 |
| 8.1 | Recursos humanos..... | 51 |
| 8.2 | Recursos financieros | 51 |
| 9 | RESULTADOS DE LA INSTRUMENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS | 52 |
| 10 | COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS..... | 76 |
| 11 | CONCLUSIONES | 79 |
| 12 | RECOMENDACIONES | 80 |
| 13 | BIBLIOGRAFÍA | 81 |
| 13.1 | Webgrafía | 82 |
| | ANEXOS..... | 83 |

1 INTRODUCCIÓN

La comunicación es un proceso dinámico e irreversible, intencional y complejo, mediante el cual intercambiamos e interpretamos mensajes significativos en un contexto determinado. De la misma manera se realiza a través de un intercambio de información.

La comunicación es una función de carácter estratégico y un elemento de progreso y de eficacia en el marco de la vida institucional, económica y política, por lo que constituye un valor social, ya que fomenta la participación en nuestras sociedades democráticas. En la empresa, la comunicación es un elemento mediador que pretende convencer, persuadir, influir e informar de los objetivos que se propone, además de esto es una herramienta estratégica para la gestión de empresas o, dicho de otra manera, la comunicación en la empresa es un instrumento de gestión y de dirección que, en cuanto a su definición, funciones y aplicación depende de las políticas, las estrategias y las posiciones que adopta una empresa.

Por lo anterior expuesto, se presentó este trabajo de investigación que estaba encaminado a comprender la forma cómo las entidades públicas manejan el sistema de comunicación dentro de su organigrama y como esto repercute en las relaciones personales de la misma. Se conoció que las entidades públicas de salud están teniendo cambios considerables en temas relacionados a lo antes expuesto.

Ecuador en materia de salud desarrolla una política basada en el "Plan de Desarrollo y del Buen Vivir" llevada a cabo por la Secretaria Nacional de Planificación y desarrollo desde el 2009, la misma que ha generado un impacto importante en todos los estratos sociales gracias a políticas referentes a esta área. Sin embargo aún se generan dudas sobre los resultados de la fuerte inversión en materia de Salud. El Sistema de Salud del Ecuador se caracteriza por la segmentación en sectores, privado y público. Como en otros países andinos de la zona, un sistema de seguridad social financiado por cotizaciones de los trabajadores del sector formal coexiste con sistemas privados para la población de mayor poder adquisitivo y con intervenciones de salud pública.

Desde 1995 se ha venido desarrollando en Ecuador un proceso de Reforma del Sector Salud, asentado sobre un proceso de descentralización y transferencia de funciones del MSP a las Municipalidades que lo soliciten. Al momento actual no existen consensos completos entre los diversos actores de cómo llevar adelante dicho proceso de descentralización, que no ha contado con decisiones políticas acordes.

Por tal razón como objetivo de esta investigación nos planteamos determinar la incidencia de la comunicación organizacional en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud de la ciudad de Chone.

En el capítulo I, el Marco Teórico, se detallan las categorías fundamentales sobre la investigación realizada sobre la comunicación organizacional, que es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella; y las Relaciones interpersonales, que son aquellas que se establecen entre al menos dos personas, son parte esencial de la vida en sociedad, característica del ser humano.

En el capítulo II, Se detalla la Hipótesis: “si se aplican estrategias de motivación mejorará la comunicación organizacional”, teniendo como variable independiente, comunicación organizacional y como variables dependientes, relaciones interpersonales e instituciones de salud, la que se comprobó mediante la aplicación de entrevista, encuestas y ficha de observación al personal administrativo y los usuarios de estas instituciones.

En el capítulo III, se planteó el marco metodológico de la investigación, determinándose que es de campo, los métodos que se emplearon son histórico, inductivo- deductivo y las técnicas de observación, entrevista y encuestas, utilizadas para la recopilación de la información; para el presente trabajo se utilizó una muestra tomada de la población total, en el marco administrativo se mencionan los recursos humanos y financieros muy importantes para realizar la investigación, además se contó con una amplia documentación bibliográfica que permitió fundamentar esta investigación.

El Capítulo IV evidencia el análisis de los resultados de la recolección de datos así como sus tabulaciones, información que permitió sustentar y comprobar la hipótesis planteada.

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto al Formato de presentación de los boletines, se evidenció que el 53% es Regular. En la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a si se considera que existen barreras de comunicación con las que se tiene que enfrentar regularmente, se evidenció que el 37% acepta que hay barreras de comunicación entre los empleados de las instituciones de salud y respecto a la forma de comunicación que ha logrado mantener con el actual director de su entidad, manifestaron en un 40% que es mala.

Y finalmente en el Capítulo V se exponen las conclusiones y recomendaciones, que luego permitieron desarrollar un análisis del real contexto, para luego implementar nuestras conclusiones y dar las respectivas recomendaciones que a continuación se detallan:

Se concluyó que las principales fuentes de comunicación en las instituciones, son los mensajes personales y se recomienda que las fuentes de comunicación sean potenciadas en todo ámbito y aplicadas a la exigibilidad de la misma. De igual manera se concluyó que las personas que laboran, manejan paradigmas basadas en sus experiencias personales y se recomendó que se combatan los paradigmas personales a través de diferentes medios de relaciones personales. Por consiguiente se concluyó que no existe micro proyectos que maximicen la confianza entre todos ante ello se presenta la propuesta como alternativa de solución.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

2.1 Contextualización.

2.1.1 Contexto macro.

Para atender a los enfermos y a las sociedades enfermas se introdujo la visión de favorecer el apareamiento de los centros y la formación de médicos. Los hospitales fueron los centros en donde los enfermos pobres encontrarían el lugar adecuado para el buen morir. Los individuos adinerados tenían atención médica en sus casas y la circunstancia de la muerte se producía en sus domicilios. Pero cuando esto sucedió y debido a la demanda surgió la necesidad de colocar a personas administrando este sistema.

Hoy día, se puede apreciar el auge que han tomado las adquisiciones y fusiones por parte de las empresas a nivel mundial, como una forma para afrontar la globalización y lograr una mayor competitividad. Estos procesos de cambio implican una variación en la vida de la empresa, es decir, en la forma de hacer y pensar tanto a nivel formal como informal dentro de la organización ya sea esta de salud pública o privada.

En tal razón Robbins, (1996) manifiesta que las organizaciones “Se presentan de igual modo el cambio del recurso humano o también denominado talento humano, el cual suele implicar el cambio de actitudes y comportamientos de los miembros de la organización por medio de procesos de comunicación, toma de decisiones y solución de problemas buscando que los individuos trabajen juntos de la manera más eficaz posible”, las instituciones de salud no son la excepción.

En el Ecuador la comunicación organizacional ha tenido cambios sustanciales, muchas de las entidades públicas han generado muchos procesos, estos, han sido sin distinción para llevar a cabo una transformación al sector, El Instituto de Ecuatoriana de Seguridad Social así como las demás entidades que dependen directamente de las políticas gubernamentales se han enfrentado por años a procesos en donde ha llevado a cabo distintas formas de recuperar una imagen significativa que mejore la atención a los usuarios.

Por ello se han empleado un sin número de cambios que son evidentes, pero que sin embargo la comunicación organizacional aun deja vacíos sobre el correcto funcionamiento de la comunicación que deben tener las instituciones tanto interna y externamente.

El sistema de salud pública tiene una gran demanda por su situación frente a la comunidad, esto hace que la organización que estos tengan deben considerar una importante responsabilidad puesto que, la manera en cómo se desempeñen dará como resultado una ambiente agradable para las personas que utilizan estos medios. Por ello se hace muy referente el estudio de este tema de investigación.

2.1.2 Contexto meso

El contexto del país afecta a lo que ocurre en el sistema de salud de Manabí, y a lo que puede hacerse dentro de él. Sin una cierta comprensión de la realidad de las instituciones de salud que se encuentran en Manabí podemos manifestar que las políticas que se aplican en torno a estas instituciones suelen ser apreciadas en forma externa, pero internamente existe muy poca información. Además, las medidas dirigidas a sostener los servicios de salud durante la crisis que por años ha afectado nuestra provincia debe fomentar su recuperación. Profundizar en la comprensión de los sucesos políticos, económicos y militares, pasados y presentes, refuerza sustancialmente el análisis del sistema de salud.

En todas las ciudades de Manabí se aprecia una mayor demanda de la población para recibir servicios de salud. Este fenómeno no es nuevo pero, conforme el tiempo pasa, el incremento se hace evidente, tanto en volumen como en complejidad, representando un reto constante para las instituciones de salud que se encuentran dentro de la provincia, y en especial para los gobiernos, que cada vez más se constituyen en los responsables de la salud de la comunidad.

Un sistema de salud se establece para satisfacer una función social manifestada por necesidades y demandas de servicios de salud. Los sistemas de salud son una interrelación de recursos, finanzas, organización y administración que culminan en el suministro de servicios de salud a la población.

En la provincia de Manabí la comunicación organizacional es un tema que ha venido tomando fuerza, se conoce que la mayoría de las empresas tanto públicas como privadas se manejaban de manera pragmática y basadas en las estrategias netamente empíricas. Por ello en Manabí se experimentó una expansión notable en torno a la comunicación organizacional, en el caso del sistema de salud se ha palpado cómo la falta de planificación interna genera una mala información, problemas y muchas veces un caos interno, esto se refleja en los usuarios que sin poder hacer nada solo les ha quedado observar.

Muchas organizaciones con el desarrollo y apertura de carreras universitarias en torno a la comunicación organizacional se apoyaron en las mismas, siendo hoy la comunicación un eje fundamental en todas estas entidades, en este mismo sentido las entidades como el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y los centros de Salud se encuentran en procesos que apuntan al cambio de estructura en sus áreas.

No obstante, en este trayecto fueron quedando pendientes y acumulándose muchos problemas, no sólo cualitativos sino también cuantitativos, que hacen que la equidad, la pertinencia y la calidad de la información que se maneje dentro de estas instituciones, a los contenidos, procesos y resultados que generen las personas que están al frente de las mismas. La difícil situación económica, social y política que ha atravesado el país en los últimos años, marcada entre otros por una agudización de la pobreza y un fenómeno masivo de migración, ha contribuido a deprimir aún más el cuadro de estas entidades públicas, provocando incluso la reversión de algunos logros históricos.

Esto es particularmente grave en un momento en que la información y el conocimiento pasan a ser reconocidos como los puntales de la nueva "sociedad del aprendizaje", y el aprendizaje a lo largo de toda la vida se instala como un paradigma y un principio orientador para replantear los sistemas de educación y aprendizaje en todo el mundo. Sin embargo cada una de estas instituciones públicas no reflejan una realidad de lo que dentro de ellas pueda generar buena comunicación, o quizá datos que generen la comunicación organizacional

2.1.3 Contexto micro

Mirar las entidades de salud del cantón Chone implica encontrarse con un proceso donde el cambio va de la mano con la nueva etapa cotidiana en la que vivimos, un cambio de fondo más que de forma, un cambio que trasciende incluso a las mismas organizaciones, ya que las empresas Chonenses todavía no disponen de modelos avanzados para una cultura empresarial que no está claramente sustentada en el control, la autoridad y la producción, sino también en las relaciones, el conocimiento, la gestión eficaz de la comunicación y la información.

En este contexto la comunicación debe ser gerencial, pues la comunicación es objeto de "gestión", es decir, es instrumento de carácter estratégico orientado a un fin práctico: las relaciones, el cumplimiento de metas reconocidas en común y la coordinación de comportamientos, aspecto importante para la productividad empresarial.

En la ciudad de Chone, al igual que en todas las organizaciones sean estas públicas o de carácter particular, es indispensable que existan cambios en el manejo interno a través de un sistema comunicativo basado en un propósito que sea necesario para cada tipo de organización, incluyendo incluso a las empresas públicas más pequeñas.

Al analizar el sistema de comunicaciones de Distrito de salud 13D07 y el hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social Chone, se debe resaltar la importancia de la comunicación en estas organizaciones, esto es la fluidez con que los mensajes circulan y la coherencia que estos tengan, así como los beneficios que se derivan de ellas ya que esto permite que se diagnostique si el sistema de comunicación se encuentra en funcionamiento de la comunicación.

2.2 Formulación del problema

¿De qué manera influye la comunicación organizacional en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y el Distrito de Salud 13D07 del cantón Chone en el año 2015?

2.3 Delimitación del problema

2.1.1. Campo de Estudio

Relaciones Públicas

2.1.2. Área

Comunicación

2.1.3. Aspectos:

- Comunicación organizacional
- Relaciones Interpersonales
- Entidades de Salud Públicas

2.4 Interrogantes de la investigación

¿Cuáles es la comunicación organizacional en las instituciones de salud?

¿Cuáles son las estrategias de comunicación organizacional que tienen las instituciones de salud?

¿Cuál es el nivel de relación interpersonal que tienen las instituciones de salud?

¿Cuáles son las estrategias de comunicación organizacional para mejorar la comunicación en las instituciones de salud?

3 JUSTIFICACIÓN

La comunicación organizacional se ha convertido en un proceso fundamental para las entidades de salud, hasta el punto que ejercen una gran influencia en la optimización de las labores y un mejor aprovechamiento del talento humano y de los materiales. Todo esto a través de un proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización lo que le permite a las mismas, determinar diferentes estrategias que pueden ser mejoradas o establecer modelos que permitan potenciar la productividad partiendo desde un ideología implantada como una cultura organizacional.

El presente trabajo es **original**, porque no existe un estudio similar realizado en la institución involucrada; además se **justifica** porque se buscó analizar la comunicación organizacional con el que cuenta el personal de la institución y presentar alternativas que contribuyan al mejoramiento de las tareas asignadas a cada una de ellas.

Se consideró que este tema es **importante** porque en la actualidad, los sistemas de salud están llamados a desarrollar procesos que distribuyan la comunicación de forma eficaz, evitando al mínimo la desinformación y asumiendo responsabilidades que sean acordes a lo que la comunidad necesita.

Esta investigación fue **factible** ya que se contó con el material bibliográfico, la predisposición del personal administrativo para el desarrollo del mismo, lo cual beneficiará futuras investigaciones.

Así mismo, existió gran **interés** por investigar el problema formulado, ya que fue de importancia tanto para los autores, la Universidad y las personas que laboran en las instituciones a investigar, y para ello fue indispensable elevar el nivel de sus relaciones personales, que permitió coordinar acciones de manera eficiente, cumpliendo la misión y visión institucional de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí – Extensión Chone y así la integración laboral será menos compleja y permitirá el desarrollo corporativo.

4 OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Determinar de qué manera influye la comunicación organizacional en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015.

4.2 Objetivos específicos

- Establecer la comunicación organizacional en las instituciones de salud.
- Describir las estrategias de comunicación organizacional que tienen las instituciones de salud.
- Indagar el nivel de relación interpersonal que tienen las instituciones de salud.
- Determinar estrategias de comunicación organizacional para mejorar la comunicación en las instituciones de salud.

CAPÍTULO I

5 MARCO TEÓRICO

5.1 Comunicación organizacional

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Por consiguiente, la comunicación organizacional “es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización” como lo manifiesta Fernández en 1999.

Según Gary Kreps (1995), la comunicación organizacional "es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella". Para autores como Carlos Ramón Padilla, la comunicación organizacional es " la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización".

La comunicación organizacional se entiende también 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, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. “Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación”, como lo establece Fernández en 1999.

La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados. Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz, porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada establecida anticipadamente.

La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura. De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación. Más aún, mediante la comunicación organizacional se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los planes.

5.1.1 Flujo de comunicación en las organizaciones

Es importante conocer el marco en el que se produce la comunicación en una organización. El diseño de toda organización debe permitir la comunicación en las siguientes direcciones (Katz y Kahn, 1990).

5.1.2 Comunicación Interna

Cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales de la empresa o entidad.

5.1.2.1 Comunicación Ascendente

Fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas. Esto resulta ser fundamental en el proceso que se estipula una empresa, puesto que la mayoría de instituciones prioriza a la comunicación en todos los ámbitos que la misma lo necesite.

5.1.2.2 Comunicación Descendente

Es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de una organización hasta los más bajos. Estas comunicaciones que van del superior al subordinado son básicamente de cinco tipos: instrucciones de trabajo, explicación razonada del trabajo, información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación al subordinado respecto a la ejecución, información de carácter ideológico para iniciar la noción de una misión por cumplir en las diferentes formas efectuadas.

5.1.2.3 Comunicación Horizontal

Es la comunicación que fluye entre funciones, necesaria para coordinar e integrar los distintos trabajos en una organización, es decir que es aquella que se establece entre personas donde no existe la presencia de autoridad

5.1.2.4 Comunicación Diagonal

Es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante puesto que entrega información centrada.

Un artículo publicado por Javier Díaz en 2007 en calidad de administrador de empresas define a la cultura organizacional “la unión de normas, hábitos y valores que de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos”. Es decir, el comportamiento de la empresa dependerá de la forma en la que se apliquen unas normas u otras por parte de sus integrantes.

5.1.2.5 Proceso de la Comunicación Interna

Comunicar puertas adentro es desarrollar en las relaciones de trabajo un ambiente de sinceridad, de escucha y de circulación de la información. Para ello, primeramente, resulta importante implementar diagnósticos y planificaciones participativas. Si no se estimula la habilidad de la escucha al otro, no hay feedback y se pierde el sentido.

Como diría Prieto Castillo (1999), se produce la “entropía comunicacional”. Si no se sabe escuchar, se corre el riesgo de comunicar muy bien la información que no le interesa a nadie y además se trunca otra vía para generar creatividad de los colaboradores de la institución.

La comunicación interna sirve a que la misión y la historia de la organización sean compartidas por todos. En las corrientes vinculadas al management esto se lo vincula con la “motivación personal”. Ignorar los planes generales de trabajo suele conducir a la fragmentación y al desconocimiento de las acciones en una organización y en si el rumbo que la misma lleva.

Antes de implementar un plan hay que conocer la organización, realizar un diagnóstico. Y como se trata solamente de la Comunicación Interna se puede:

Realizar un relevamiento y análisis de las ofertas y demandas de comunicación, Entrevistas a integrantes, Análisis de documentos: por documentos definimos todo material normativo o de difusión que utiliza la organización en sus diversos formatos y soportes, Observación y Diagramar un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y amenazas).

Una vez concluida esta etapa, se analizara el material procesado. De la interpretación de los datos se identificarán cuáles son los actores generadores y receptores de información, los flujos informativos, el volumen y tipo de información que reciben y generan, demandas potenciales

5.1.3 Comunicación Externa

Cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

5.1.3.1 Comportamiento Organizacional.

El psicólogo Juan Carlos Rodríguez en 2002 manifestó que “El comportamiento organizacional ayuda a que los empresarios observen el comportamiento de los individuos en la organización y facilita la comprensión de la complejidad de las elaciones interpersonales en las que interactúan las personas”.

Esto es el estudio y la aplicación de los conocimientos acerca de la forma en que las personas se comportan individual y grupalmente en las organizaciones, por ello es indispensable entender por qué las personas se comportan de un cierto modo. No sería adecuado que los encargados de la administración hablen acerca del comportamiento de sus empleados sin entender las causas.

El Comportamiento Organizacional es un campo de estudio que investiga el impacto que los individuos, los grupos y la estructura tienen sobre el comportamiento dentro de las organizaciones, con el propósito de aplicar tal conocimiento al mejoramiento de la eficacia de la organización en cada uno de aspectos sugeridos.

El comportamiento organizacional es la materia que busca establecer en que forma afectan los individuos, los grupos y el ambiente en el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones, siempre buscando con ello la eficacia en las actividades de la empresa.

El estudio del comportamiento que tienen las personas dentro de una empresa es un reto nunca antes pensado por los gerentes y que hoy constituye una de las tareas más importantes; la organización debe buscar adaptarse a la gente que es diferente ya que el aspecto humano es el factor determinante dentro de la posibilidad de alcanzar los logros de la organización.

Dentro del estudio que se desarrollara en este libro será el de aplicar el termino reingeniería que busca la manera de reconsiderar la forma en que se trabaja y verificar si la estructura que tiene la empresa en el momento es la adecuada y la más funcional.

Tomemos en cuenta que el comportamiento organizacional es una disciplina que logra conjuntar aportaciones de diversas disciplinas que tienen como base el comportamiento verbigracia la psicología, la antropología, la sociología, la ciencia política entre otras. Dentro del estudio del comportamiento organizacional consideraremos variables dependientes e independientes. Las variables dependientes que consideran algunos autores o que remarcan más son:

Productividad

La empresa es productiva si entiende que hay que tener eficacia (logro de metas) y ser eficiente (que la eficacia vaya de la mano del bajo costo) al mismo tiempo. Este es una de los principales fundamentos en que se enfoca toda organización-.

Ausentismo

Toda empresa debe mantener bajo el ausentismo dentro de sus filas porque este factor modifica de gran manera los costos, no cabe duda que la empresa no podrá llegar a sus metas si la gente no va a trabajar.

Satisfacción en el trabajo

Que la cantidad de recompensa que el trabajador recibe por su esfuerzo sea equilibrada y que los mismos empleados se sientan conformes y estén convencidos que es eso lo que ellos merecen. Las variables independientes que afectan el comportamiento individual de las personas son:

Variables del nivel individual

Que son todas aquellas que posee una persona y que la han acompañado desde su nacimiento, como sus valores, actitudes, personalidad y sus propias habilidades que son posiblemente modificables por la empresa y que influirían en su comportamiento dentro de la empresa.

Variables a nivel de grupo

El comportamiento que tienen las personas al estar en contacto con otras es muy distinto por lo que es factor de estudio.

5.1.4 Factores claves del comportamiento organizacional

Así mismo el psicólogo Juan Carlos Rodríguez en 2002 manifestó que “existe un conjunto de fuerzas que afectan a las empresas, las mismas que pueden clasificarse en cuatro áreas: personas, estructura, tecnología y entorno en que opera un negocio” por ello es importante que los empresarios tengan en mente que el comportamiento organizacional es una herramienta humana. Por tal razón Rodríguez enumera las siguientes enunciaciones para establecer su idea de manera que la misma sea llevada a la práctica de manera silenciosa y efectiva, tratando de evitar en la manera posible la fatiga de parte de los empleados:

5.1.4.1 Personas

En una empresa las personas forman parte del sistema social interno, el cual está formado por individuos y por grupos tanto grandes como pequeños. Hay grupos informales o extraoficiales, así como también formales y oficiales. Los grupos humanos son dinámicos pues se forman, cambian y se desintegran; las personas son seres vivos, pensantes y con sentimientos, que trabajan en una empresa u organización para lograr sus objetivos o las metas planteadas que deben ser alcanzadas en un futuro.

Actualmente la fuerza laboral es muy diversa, lo que significa que los trabajadores tienen una amplia gama de antecedentes educativos talentos y objetivos. Por ello los empresarios deben estar preparados para situaciones en que algunas personas desean imponer su propia voluntad y forma de trabajo, olvidando su compromiso con la empresa u objetivos de la misma.

5.1.4.2 Estructura

Define la relación formal de las funciones de las personas con las organizaciones y empresa. Se requieren diferentes puestos de trabajo para realizar todas las actividades de la empresa. En una empresa todas las personas tienen que estar relacionadas de manera estructurada para que su trabajo se coordine efectivamente; de no existir una estructura estas relaciones puede ocasionar problemas serios de cooperación, negociación y toma de decisiones.

5.1.4.3 Tecnología

La tecnología aporta los recursos con que trabajan las personas e influye en las tareas que ellas realizan, con su ayuda se construyen edificios, se diseñan maquinas, se crean procesos de trabajo, entre otros factores.

La tecnología también afecta de manera significativa las relaciones laborales, siendo así que los trabajadores en una fábrica de ladrillos no se relacionan de la misma manera que los de un restaurante. El gran beneficio de la tecnología es permitir que las personas trabajen más y de mejor manera, si bien las restringe en diversas formas, tienen tanto costos como beneficios.

5.1.4.4 Entorno

Todas las empresas funcionan en el contexto de un ambiente interno y otro externo. Ninguna empresa existe aislada, es parte de un sistema más grande que abarca muchos otros elementos, como el gobierno, las familias y otras empresas. Ninguna empresa puede escapar a la influencia de su ambiente externo. Este afecta las actitudes de las personas y las condiciones de trabajo, además de generar competencia por los recursos y el poder. Es algo que debe considerarse en el estudio del comportamiento humano en las organizaciones.

5.1.5 Gestión de Comunicación

Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones.

A través de la Gestión en la Comunicación Interna se facilita el despliegue de todo el aparato comunicacional destinado al personal con el objeto de: Promover la comunicación entre los miembros, Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales, Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros y Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión que sean enmarcados en al ámbito del respeto y la consideración.

No hay que olvidar que la Comunicación Interna de toda organización está inmersa en la Cultura Organizacional. Es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, ritos, signos etc. Que fundamentan la concepción que la organización tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de una gestión ya que condiciona la comunicación.

5.1.5.1 Los destinatarios

Cuando se habla de “Público Interno” , se lo remite solamente al personal de una organización dada. Pero también es importante considerar en la estrategia a todos aquellos públicos cercanos como los proveedores o familiares del personal que indirectamente comparten la cotidianeidad de la institución y se pueden identificar con ella.

En este aspecto, vale la pena apuntar que la comunicación externa también tiene su relación con la interna. Todo lo que se comunica hacia fuera, a través de los medios de comunicación, también repercute en el público interno. Si diseñamos una campaña de publicidad insitucional, en contradicción con los mensajes que circulan puertas adentro se pueden producir focos de conflictos importantes.

5.1.5.2 Participación: la piedra angular

La participación, tan temida por algunas organizaciones, resulta fundamental y no se reduce solamente a saber lo que ocurre. Es necesario la previsión de espacios emergentes de comunicación que faciliten formar, tener y tomar parte en los procesos orientados a la creación de valores en las organizaciones, sentimientos de pertenencia y valoración del integrante como recurso humano dentro de la institución.

En otras palabras, se trata de involucrar en lugar de convencer e imponer , de fomentar la toma de decisiones a partir de la experiencia de sus propios integrantes, de favorecer la integración entre los objetivos institucionales y los individuales, de contar con el personal como recurso estratégico.

Las instancias de participación se distinguen en tres niveles que suponen grados distintos de compromisos:

Información: Contar con información sobre la organización permite a cada integrante saber dónde está parado.

Opinión: para facilitar la incorporación de la experiencia de los integrantes de la organización. A esto algunos autores lo denominan “activo intangible”. Todo ello en pos del desarrollo institucional. La opinión presupone el conocimiento de la información. Se trata de sumar puntos de vistas, de identificar problemas que otros no observaron.

Toma de Decisiones: vinculada con el desarrollo de la autonomía necesaria en cada área. Es el nivel superior de la participación y presupone los dos niveles anteriores.

5.1.5.3 Diagnóstico y planificación:

De acuerdo al aspecto que nos convoca, se privilegiará el análisis de la comunicación interna, este propone:

Identificar a los actores responsables de las tareas de comunicación institucional, Reconocer la percepción que los actores tienen de su propia tarea, su imagen de la institución, su percepción de otros miembros de la organización y sus interlocutores, Identificar y analizar las relaciones entre los grupos de la organización, Analizar el contenido y la forma de los mensajes y Evaluar los flujos y recursos comunicacionales.

De tal manera que el sistema sea secuencial y vaya acorde de las normas establecidas por la institución y que esta les brinde las facilidades que se ameriten. En tanto y en cuanto el diagnóstico es una forma de construir el proceso participativo de la organización, es conveniente que lo realice un grupo y no una sola persona ya que la complejidad de miradas lo hace más enriquecedor. En palabras muy acertadas de Pichón Riviere, “a mayor heterogeneidad, mayor productividad”.

5.1.5.4 Planificación

La planificación es una herramienta guía para la organización. Ésta ordena los pasos y los medios, partiendo del diagnóstico previo. De acuerdo al marco teórico se diferencian tres tipos de planificación: Tradicional o normativa, Estratégica y Prospectiva.

De acuerdo, a la política explicitada que lleva como eje importante la participación la planificación conveniente es la tercera. La Planificación Prospectiva concibe a la planificación como una oportunidad para la producción colectiva de conocimiento en el marco de un proceso educativo participativo.

Las personas y la organización se fortalecen en sus capacidades de gestión a partir de las generaciones de compromisos recíprocos entre los integrantes, la organización y la sociedad. Se diseñan las futuras alternativas a partir de instancias colectivas de producción del conocimiento, tanto en lo referido al análisis de la situación actual como a la formulación de las alternativas para su transformación.

5.1.5.5 Hacia un Plan de Comunicación Institucional

Una organización es producto de la confluencia de varias dimensiones: sus objetivos, los mecanismos organizativos y lo económico. La Comunicación atraviesa transversalmente a la institución en todas sus dimensiones. A raíz de ello, podemos reconocer diversos ámbitos o campos de la comunicación en las organizaciones:

Ámbito de la información: se compone de normas y datos que permiten que la organización funciones de acuerdo al objetivo definido.

Ámbito de divulgación: son las novedades y elementos que buscan captar a las personas, convencerlos, persuadirlos y sumar su voluntad a los fines de la organización. Los boletines, las publicaciones, son algunos de los elementos que se pueden implementar.

Ámbito de formación y socialización: tiene por meta reforzar en forma explícita la cultura institucional. En este marco se insertan las actividades de capacitación, las actividades recreativas y las celebraciones.

Ámbito de participación: es la participación destinada a que cada uno se exprese, darle la palabra y ofrecerle el reconocimiento. Puede incluirse el trabajo en equipo, el reconocimiento a las iniciativas, las sugerencias y las propuestas.

5.1.5.6 Herramientas de Gestión

Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna para que sea más rica la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc.

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) abren el abanico de posibilidades e integran distintas modalidades generando soportes Multimedia e Hipermedia. El desarrollo de este último tema merece capítulo aparte por la significancia del mismo.

5.1.5.7 Carta al Personal

Las cartas deben ser breves y legibles. Se utilizan para difundir información importante tales como resultados, cambios en la organización, etc. Su ventaja radica en la rapidez de su llegada y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja no realizarlas en forma múltiple con un destinatario común sino personalizado.

5.1.5.8 Carteleras

Este ancestral pero efectivo medio de comunicación se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido este ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, para evitar malos entendidos, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha.

5.1.5.9 Cuadernillo de Bienvenida

Cualquier persona que ingresa a una Institución nueva necesita saber a dónde se ha incorporado. Para ello algunas organizaciones diseñan este material que tentativamente puede incluir: una síntesis histórica, las normas internas, su organigrama, sus integrantes, etc.

5.1.5.10 Manuales de estilo

Son guías sistematizadas de procedimientos institucionales que reúnen la información técnica, organizativa, histórica, etc. Ayudan a organizar y coordinar las actividades. Además, como la dimensión de la comunicación es amplia colabora indirectamente en la imagen creando una sinergia de discursos no necesariamente verbales; evitando contradicciones.

5.1.5.11 Folletos

Sobre temas particulares como las coberturas de las ART o ¿Qué hacer frente a un accidente laboral? se pueden diseñar sencillos y prácticos trípticos para el personal en el contexto de campañas de concientización interna, puesto que ella lleva a la excelencia.

5.1.5.12 Publicación Institucional

Una revista interna informa, motiva y cohesiona al personal. Su importancia es que en ella confluyen informaciones de diferentes áreas. Así, se produce una comunicación ascendente, descendente y lateral. Además, la identificación de los integrantes con su contenido conlleva, por lado, la valoración como persona y , por otro, un sentimiento de pertenencia.

Estas publicaciones se adecuan a los hábitos de lectura de cada cual y crea una cita periódica entre la redacción y el personal lo que permite la interacción de la practicidad entre los temas que se han venido fijando a medida que se vaya implementando las características que la institución busca conseguir.

5.1.5.13 Reuniones

Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación.

5.1.5.14 Línea abierta o Línea directa

Es una línea telefónica donde todos pueden llamar y dejar sus preguntas, sugerencias, temores, etc. en un contestador. Pueden utilizarlo todos los integrantes de la organización y es obligatorio que, junto al mensaje, dejen su nombre y sector. Los mensajes serán revisados por el responsable y a los pocos días se deben contestar los mensajes.

5.1.5.15 Buzón de Comunicaciones:

Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan hacer conocer a los niveles superiores de la organización su planteo. No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.

5.1.5.16 Medios electrónicos

Las relaciones hombre-espacio/ hombre-hombre, en el contexto de la Revolución Científico Tecnológico, cada vez se producen menos frente a frente. Un número creciente de redes se intercalan y organizan la interacción. A partir de ello resulta necesario suscitar nuevas relaciones de intercambio, no sólo de individuo a individuo, sino también de los individuos con la organización.

5.1.5.17 Evaluar

La evaluación del proceso periódica es necesaria para analizar la posibilidad de realizar ajustes en el rumbo si lo fuera necesario. Los datos obtenidos darán lugar a acciones futuras. Si no se toman en cuenta estos datos o no investigan será difícil mantener una estructura de comunicación interna. Los métodos más difundidos son las encuestas y sondeos de opinión interno.

También hay que considerar las evaluaciones previas a iniciar un proyecto o un plan, durante su ejecución y, posteriormente, su impacto. Es decir, si se cumplieron los objetivos fijados, las metas y los resultados esperados.

5.1.6 Diagnóstico del Sistema Organizacional

Según el enfoque de Guizar en 1998, los sistemas organizacionales, la organización puede ser diagnosticada desde tres niveles:

5.1.6.1 Nivel alto

El más alto nivel abarca a la organización como un todo e incluye el diseño de la compañía y los diversos mecanismos para reestructurar recursos tales como sistemas de recompensas y de medición y cultura organizacional que exista a través del tiempo implantada. Este nivel sitúa que las principales personas que están al frente de una organización sean quienes den a los demás cómo se debe llevar a cabo un proceso, siendo este el ejemplo a seguir de los demás. Por ello resultan como todos, ser una fuente de diagnóstico real de contexto de la empresa o de la institución.

5.1.6.2 Nivel medio

El nivel siguiente, que involucra al grupo o departamento, incluye el diseño del grupo y los diversos mecanismos para reestructurar las interacciones entre los miembros, tales como normas y estrategias de trabajo.

Se conoce que los departamentos de una organización son responsables por la fluidez del sistema organizacional de la misma, de ellas depende que los intereses que se puedan crear y la correcta armonía de los mismos puedan influir directamente en el enfoque que busca un sistema organizativo. Es indispensable que los departamentos trabajen de manera simultánea.

El nivel inferior considera el trabajo individual o el puesto en sí. Esto incluye las maneras mediante las cuales se diseñan las tareas de acuerdo con los requerimientos del trabajo. Realmente, se considera que para realizar un buen diagnóstico implica conocer cada nivel y conocer como cada nivel afecta al otro.

Este es un de los temas más frecuentes al momento de evaluar, por muchos años se ha considerado que son quienes deben ser responsables directos de la funcionalidad de una organización.

La realidad es otra, puesto que este nivel es el resultado de la forma como se han manejado los niveles anteriores, eso significa que aunque sean directamente responsables parte de la misma tiene que ver con los niveles anteriores.

5.1.7 Componentes de la identidad corporativa

Para Chávez Norberto en 1994, la identidad corporativa está compuesta por un conjunto de características distintivas, constantes y relativas a una organización, las cuales permiten que las personas puedan formarse una idea global de una organización determinada, por ello toma en consideración los siguientes aspectos de su posición:

5.1.7.1 La Identidad visual

Norberto en 1994, manifestó que la identidad visual de una entidad “es un componente que presenta un conjunto sistematizado de características visuales que permiten asociar y transmitir ideas sobre la organización, de manera distintiva, atractiva y clara” La identidad visual son todos los signos y elementos por los que se consigue una identificación visual única y universal de una marca en particular que sea dependiente de una organización.

Esto abarca desde el diseño industrial, arquitectónico o ambiental al diseño gráfico. Y desde el logotipo, tarjetas comerciales, vallas publicitarias, emblemas, diseño de vehículos, merchandising, diseño de los puntos de venta, hasta el vestuario de los trabajadores. Todo comunica y todo ayuda a crear una identidad visual coherente de la empresa.

5.1.7.2 Los nombres

Norberto en 1994, por consiguiente manifiesta que los nombres de las organizaciones “pueden producirse mediante muy diversos mecanismos lingüísticos y adoptan.

Por lo tanto, muy diversos aspectos: desde el de un signo arbitrario abstracto hasta una expresión claramente denotativa de la identidad de la institución pasando por una amplia gama de variantes intermedias que están determinadas de acuerdo a la estrategia de la empresa. Por ello es tan importante el nombre de una organización que merece la pena invertir un poco de tiempo y energía en conseguir el correcto desde un primer momento, de manera que éste pueda influir en lograr que la organización en la empresa sea más fácil.

Si una empresa tiene que explicar lo que significa su nombre en el momento de presentarse a sí misma no hay duda de que todo lo que está comunicando o pretende comunicar resulta confuso. Los mejores nombres son simples, intuitivos y precisos, y la elección de uno adecuado puede ayudar a la misma a tener éxito en los demás departamentos.

La marca es uno o el conjunto de signos distintivos de un producto o servicio en el mercado. Algunas personas resaltan el aspecto psicológico de la marca desde el aspecto experimental.

5.1.7.3 Logotipo

De la misma manera Norberto en 1994 manifiesta que “El logotipo aparece análogo a lo que en el individuo es la firma autógrafa respecto de su nombre. El logotipo puede definirse entonces como la versión gráfica estable del nombre de marca” En tanto, el logotipo, no es una cuestión nueva de la modernidad, sino todo lo contrario, ya que se trata de una práctica bastante vieja, por ejemplo, en la antigüedad, los artesanos, marcaban las obras que habían creado con un logo y también el logotipo fue una herramienta ampliamente utilizada por los monarcas para cruzar documentos legales, a través de un logotipo personal efectuado a mano, o a través de un sello, dejaban su impronta en los documentos.

A la capacidad identificadora del nombre como signo puramente verbal, su versión visual básicamente gráfica agrega nuevas capas de significación. Esas “capas” refuerzan la individualidad del nombre al incorporar atributos de la identidad institucional.

Entre los requisitos que deberá reunir un logotipo para conseguir el objetivo mencionado anteriormente que es que con tan solo mirarlo las personas sepamos que se trata de tal o cual empresa, marca o producto, se cuentan los siguientes:

Legible (en cualquiera de los tamaños que el mismo se presente), reproducible (sin que importen las condiciones de tipo material), escalable (al tamaño que se desea), distinguible (jamás debe dar lugar a equívocos o confusiones entre los que lo observan, es decir, debe ser claro) y memorable (ser impactante para que no pueda ser olvidado fácilmente).

5.1.7.4 El eslogan

El slogan, es un tema que año a año a ha tomado fuerza, de la misma manera Norberto en 1994 manifestó que el mismo para que tenga efecto, “es necesario que sea una promesa sobre los beneficios del producto o servicio que su empresa ofrece y que los diferencia de la competencia.

Debe una impresión de prestigio y credibilidad a su negocio. Es de gran efectividad que sea original”. En sentido figurado, el uso del eslogan con fines publicitarios también corresponde a una guerra entre las empresas disputándose la preferencia del consumidor.

El eslogan es una palabra o frase corta fácil de recordar, un lema original e impactante, a menudo se utiliza en la publicidad, la propaganda política, religiosa, etc. como frase identificativa y para formar confianza. Es un término derivado del inglés, *slogan*, cuyo origen etimológico es del gaélico, *sluagh-ghairm* (pronunciado 'slo-gorm'), donde *sluagh* significa ejército y *ghairm* corresponde a lloro o grito.

El eslogan es ampliamente utilizado en los anuncios en la televisión, en Internet, en los carteles publicitarios, y en otros medios de comunicación. Para crear un eslogan, las personas creativas, en general, utilizan frases cortas y simples, en las que están presentes las características esenciales del producto o de la empresa, con el fin de permanecer grabadas en la memoria del consumidor. El eslogan es una frase clave o expresión que resume el posicionamiento de la marca o de la empresa.

Es el logotipo verbal, y debe aparecer en todas las acciones de comunicación de tal manera que la misma pueda establecerse en la imagen mental no solo del consumidor sino también del empleado.

5.1.7.5 El sitio web

Una de las cosas que más ha aumentado en la última década es el acceso a internet en todas las organizaciones del mundo. En la Universidad de California en 2012 se concluyó que el sitio web de una organización “Es fundamental contar con un dominio propio, que puede ser el nombre de su empresa o bien alguna palabra relacionada al negocio.

El diseño debe ser amigable y fácil de manejar, para el cliente quien debe poder informarse fácilmente sobre la empresa, sus productos y como poder adquirirlos.”En los países más desarrollados, está demostrado que la intensidad en la aplicación de nuevas tecnologías y la incorporación de un Sitio Web, está correlacionado de manera positiva con el incremento de las ventas, la productividad y el valor de mercado de las empresas.

No importa el tamaño de la empresa, es de suma importancia el poder alcanzar a sus clientes de una manera masiva y sencilla para ellos. Nada mejor para eso, que el propio Internet. Si bien es cierto que existen muchas redes sociales en las que te puedes anunciar de forma gratuita o pagada, el tener un Sitio Web eleva el prestigio propio de la empresa y permite a tus clientes incrementar el nivel de confianza hacia tu producto o servicio.

Las redes sociales muestran resultados aleatorios que no siempre van de la mano con el comportamiento del consumidor final, por lo tanto no se puede medir el impacto real del estudio. Los sitios web elaborados por Smackwagon Design son capaces de medir todo tipo de analíticas para lograr reunir resultados concretos.

Una presencia en línea es vital para una pequeña empresa pues es un campo lleno de gente y muy competitivo, donde las empresas que ya cuentan con un sitio web están abarcando mercados potenciales.

5.1.7.6 Posicionamiento

Al Ries y Jack Trout, en 1982, manifestaron que "Posicionamiento no es dónde posiciona un producto en el lineal. Posicionamiento es la actuación sobre la mente del consumidor". El posicionamiento se utiliza para diferenciar el producto y asociarlo con los atributos deseados por el consumidor.

Para ello se requiere tener una idea realista sobre lo que opinan los clientes de lo que ofrece la empresa y también saber lo que se quiere que los clientes objetivo piensen de nuestra oferta y la de los competidores y que al final sea la mejor elegida por los mismos.

El lugar, la posición que la entidad ocupa en la mente de los diferentes públicos con que se relaciona en los distintos momentos de su proceso de trabajo, juega un papel determinante en la formación de la imagen corporativa de ese público sobre la entidad de referencia. La posición que la entidad ocupa en la mente de sus públicos, está configurada por las percepciones que estos tienen de ella, en función de ciertos atributos de su identidad y en relación con otras organizaciones u otras entidades de similitudes características.

5.1.8 Gestión Administrativa

Según Herrero (1999), define la gestión administrativa como "el conjunto de las actividades o funciones internas de la empresa que son indispensables para su funcionamiento y, por supuesto, para la consecución de sus objetivos". Por lo general, el análisis intenta un diagnóstico de la gestión como tal, y como toda labor científica, un pronóstico del desenvolvimiento de la actividad en las condiciones observadas, pero no se limita a esto, sino que debe concluir en recomendaciones que permitan corregir las deficiencias.

Esto se puede evidenciar cuando esta gestión tiende a dar un clima tenso dentro de una organización, esta gestión debe ser lo suficientemente firme como para tomar las correcciones respectivas y así mismo debe ser lo suficientemente humana para reconocer el trabajo de los demás colaboradores.

5.1.8.1 Comunicación

Según Chiavenato (2001) define a la comunicación como “un proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra”. La comunicación es el medio por el cual las personas tratan de compartir un significado o transmisión de un mensaje y donde éste debe comportarse en una forma precisa, para la captación y mediante lo cual se cumplen las funciones administrativas de planeación, organización, dirección y control. La comunicación es un elemento de gran importancia en las relaciones humanas, el ser humano, por naturaleza, requiere relacionarse con otras personas para poder satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, esto lo logra a través de diversos medios de comunicación dependiendo del caso.

La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento. Una buena comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y participación de sus integrantes y un buen clima integrador de trabajo que desarrolla un proceso sistemático en la organización.

5.1.8.2 Políticas

Según Koontz en 1998, las políticas “forman parte de los planes en el sentido de que consisten en enunciados o criterios generales que orientan o encauzan el pensamiento en la toma de decisiones. No todas las políticas son enunciados; a menudo se desprenden sencillamente de las acciones de los administradores dentro de la planificación que estos tienen.”

Es por esto, que uno de los grandes problemas de los administradores es cerciorarse de que sus subordinados no interpreten como políticas lo que en verdad son decisiones administrativas menores no previstas para fungir como patrones de conducta.

5.1.8.3 Misión

Chiavenato en 2001, expresa que la misión “es la razón esencial de ser y existir de la organización y de su papel en la sociedad”. Por lo tanto, la misión en las organizaciones no es definitiva, ni estática, pues experimenta cambios, a lo largo de la existencia de la organización.

Por otra parte, la misión incluye los objetivos esenciales del negocio. Cada organización tiene una misión específica de la cual se derivan sus objetivos organizacionales principales. En la actualidad, las organizaciones analizan constantemente su misión para que todos sus empleados sepan con exactitud cuál es su contribución personal para que la organización realice su finalidad principal que está enfocada hacia el futuro.

Tomando estos datos es claro que la misión es cada uno de los pasos a seguir que tiene una entidad u empresa para saber cuál es el rumbo por el que tiene que encaminarse, es decir que cuando existe un tropezón, se puede a tiempo identificar la piedra con la que se ha tropezado pero el direccionamiento es el mismo.

5.1.8.4 Visión

Chiavenato en 2001, expresa que la visión “es la imagen que la organización define respecto a su futuro, es decir, de lo que pretende ser” (p.50). Muchas organizaciones exponen la visión como el proyecto que les gustaría ser dentro de cierto período; por ejemplo, cinco años. De esta manera, la visión organizacional indica cuáles son los objetivos que deben alcanzarse en los próximos cinco años, para orientar a sus miembros en cuanto al futuro que la organización pretende transformar.

Es por esto, que la Visión es la proyección a futuro de la organización, en base a sus logros resultados y competitividad en el mercado. La Visión debe ser realizable y posible de acuerdo en los recursos internos y externos con los que se cuente.

De la misma forma se debe saber hacia que dirección quiere llegar la institución, por ello es importante plantar en el empleado que sepa que para lograr esta imagen proyectada e la institución su labor como empleado debe funcionar a raja tabla.

5.1.8.5 Objetivos Corporativos

Para Koontz en 1998, los objetivos corporativos “son fines a los que se dirigen las actividades organizacionales”. Es por esto, que los objetivos corporativos están estrechamente vinculados a las estrategias, mediante ellas se especifican los criterios que orientan a la toma de decisiones. De tal manera que estos objetivos deben implantarse en la memoria de los empleados como una cedula de identificación para saber a ciencia cierta el rumbo de la empresa.

Por lo tanto son los que permiten especificar los propósitos e identificar los aspectos que necesariamente se deben controlar y tomar en cuenta para que se puedan lograr, las metas, con el fin de colaborar al cumplimiento de la misión de la Institución. Es por esto, que los objetivos muestran lo que se espera alcanzar en el futuro, es que las metas para la organización.

5.1.9 Cultura Organizacional

La cultura es la forma acostumbrada o tradicional de pensar y hacer las cosas, compartida en mayor o menor medida por los miembros de la organización, y que todos los miembros entrantes tienen que aprender y aceptar para ser aceptados como servidores de la empresa. Cultura es un conjunto integrado de pautas de comportamiento que comprometen nuestra manera de relacionarnos y nuestra manera de hacer las cosas. Que es propio en un grupo social, que se aprende dentro del grupo y se transmite las generaciones futuras.

5.1.10 Toma de Decisiones

El proceso de Toma de Decisiones es uno de los más importantes para el Administrador, ya que a través de él eligen la acción necesaria para resolver problemas concretos. Stoner en 1998, define la Toma de Decisiones como la facultad de escoger la mejor y más conveniente alternativa de un conjunto de posibilidades. De la misma manera es un medio eficaz para la solución de conflictos, que generalmente se hacen presentes en las organizaciones. En este sentido toda Toma de decisiones tiene un conjunto de bases, las cuales facilitan y permiten el éxito de la decisión tomada.

5.2 Relaciones interpersonales

Hablar de relaciones interpersonales es hacer referencia a la esencia misma del ser humano, ya que el hombre necesita de otros hombres para sobrevivir y poder realizar su propia humanidad. El hombre no puede vivir en soledad, al menos no puede hacerlo humanamente.

En todo espacio sociocultural, un individuo convive con otros individuos, esto le permite conocer a los demás y conocerse a sí mismo. Por tanto, las relaciones interpersonales, aquellas que se establecen entre al menos dos personas, son parte esencial de la vida en sociedad, característica del ser humano.

Una de las finalidades de las relaciones interpersonales es propiciar la convivencia humana en forma armónica, pero: ¿cómo alcanzar este propósito dentro de un mundo complejo, donde predomina la despersonalización de las relaciones humanas?, ¿cómo lograr el buen entendimiento entre las personas?

Una posibilidad es partir de una serie de principios éticos que guíen la actuación del hombre e intentar establecer una adecuada comunicación con nuestros semejantes, en la que prevalezca el diálogo, el intercambio y la vinculación recíproca.

Esto es aplicable a todos los espacios socioculturales en que se desenvuelve el ser humano, ya sea la familia, los diversos grupos de convivencia o los laborales, donde sabemos que aun cuando la persona desarrolla actividades propias, también está en situación de dependencia de las acciones de otros para dar solución a sus demandas y satisfacer sus necesidades. En este sentido, las relaciones interpersonales son la base para el buen funcionamiento de la sociedad, a partir de la convivencia armónica entre las personas y el fortalecimiento social.

5.2.1 Las relaciones interpersonales como una necesidad básica

El hombre es una especie que siempre se ha adaptado a las diferentes circunstancias, ha vivido en grupos y en situaciones normales se ve involucrado en grandes dilemas humanos por el hecho de adaptarse al mismo.

Según Bisquerra (2003), una relación interpersonal “es una interacción recíproca entre dos o más personas.” Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social. Esta es una de las características que le ha permitido al ser humano subsistir y seguir desarrollándose.

Las civilizaciones, las diferentes culturas, el desarrollo de la intelectualidad, el avance tecnológico, no hubiese sido posible si el ser humano dejara de vivir en grupos, estos se pueden llamar logros que la especie humana ha implantado en el planeta tierra y esto ha sido posible gracias a el lenguaje y la cultura de la misma institución.

El hombre se diferencia de los demás seres vivos y principalmente de los animales gracias a dos tipos de comunicaciones que utiliza.

5.2.1.1 La Comunicación Verbal

Según Alexander Albán (2007), la oratoria no es más que un “conjunto de principios y técnicas que permiten expresarnos, principalmente de manera oral, con claridad, facilidad y sin temores, ante un público numeroso y variado, con la intención de transmitir un determinado mensaje”. La comunicación verbal puede realizarse de dos formas: oral: a través de signos orales y palabras habladas o escrita: por medio de la representación gráfica de signos.

Hay múltiples formas de comunicación oral. Los gritos, silbidos, llantos y risas pueden expresar diferentes situaciones anímicas y son una de las formas más primarias de la comunicación. La forma más evolucionada de comunicación oral es el lenguaje articulado, los sonidos estructurados que dan lugar a las sílabas, palabras y oraciones con las que nos comunicamos con los demás.

Las formas de comunicación escrita también son muy variadas y numerosas (ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, siglas, graffiti, logotipos...). Desde la escritura primitiva ideográfica y jeroglífica, tan difíciles de entender por nosotros; hasta la fonética silábica y alfabética, más conocida, hay una evolución importante.

5.2.1.2 La Comunicación No Verbal

El concepto designado por comunicación no verbal es enormemente amplio. Según, A. M. Cestero (1999) abarcaría todos los signos y sistemas de signos no lingüísticos que comunican o se utilizan para comunicar. En nuestro tiempo cada vez tienen más importancia los sistemas de comunicación no verbal.

Cuando hablamos con alguien, sólo una pequeña parte de la información que obtenemos de esa persona procede de sus palabras. Los investigadores han estimado que entre el sesenta y el setenta por ciento de lo que comunicamos lo hacemos mediante el lenguaje no verbal; es decir, gestos, apariencia, postura, mirada y expresión.

La comunicación no verbal se realiza a través de multitud de signos de gran variedad: Imágenes sensoriales (visuales, auditivas, olfativas...), sonidos, gestos, movimientos corporales, etc.

5.2.2 Necesidades básicas de las Relaciones Interpersonales

Las necesidades afectivas han de satisfacerse desde el comienzo de la vida, si no se cubren, puede haber consecuencias negativas para la persona, cuanto antes sea el déficit en el curso de la vida, mayor es el efecto del mismo sobre la persona. El efecto es afectivo y repercute en la personalidad. No obstante, en los niños pequeños puede costarles la vida.

Spitz en 1966, describió casos de privación afectiva en orfanatos que acababan con la vida de los niños. En esos orfanatos los niños tenían suficientes cuidados físicos. Una enfermera se encargaba del cuidado de una veintena de niños, dándoles de comer, manteniéndolos cómodos en sus cunas y manteniendo una temperatura adecuada en la habitación.

No obstante, esa enfermera no disponía del tiempo suficiente para jugar con todos los niños, ni de acariciarlos uno a uno. Para los niños pequeños son tan importantes como la comida, el contacto físico y la estimulación sensorial. En las organizaciones este proceso resulta ser interesante por el aporte a la misma.

Se ha observado que el escaso apoyo social se relaciona con más patología de todo tipo y peores evoluciones en los enfermos. Todos tenemos que afrontar una serie de retos y dificultades a lo largo de la vida. El apoyo social es un recurso más, muy importante, del que disponemos para afrontar esos retos y dificultades.

5.2.2.1 Necesidades afectivas

La afectividad según Ignace Leep (2005), “es una capacidad que no todas las personas tienen en la misma dimensión, estas capacidades facilitan o son una buena fuente para el inicio de las relaciones humanas como la amistad. Estas capacidades en nuestro inconsciente a menudo nos lleva a vivir la afectividad más allá de puros móviles racionales. Por tanto la familia tiene un rol importante, en favorecer las experiencias afectivas no sólo al interior de ella, sino también permitir estas relaciones con otras personas externas al núcleo familiar, ayudando con esto al desarrollo social.”

En general se suele identificar el afecto con la emoción, pero, en realidad, son fenómenos muy distintos aunque, sin duda, están relacionados entre sí. Mientras que la emoción es una respuesta individual interna que informa de las probabilidades de supervivencia que ofrece cada situación el afecto es un proceso de interacción social entre dos o más organismos.

El afecto es la acción a través de la cual un ser humano le profesa su amor a otro ser humano, aunque también es muy común que el destinatario de ese amor no sea exclusivamente otro individuo, pudiendo materializarse y profesarse también por una mascota por ejemplo.

Del uso que hacemos de la palabra 'afecto' en la vida cotidiana, se puede inferir que el afecto es algo que puede darse a otro. Decimos que "damos afecto" o que "recibimos afecto". Así, parece que el afecto debe ser algo que se puede proporcionar y recibir. Por el contrario, las emociones ni se dan ni se quitan, sólo se experimentan en uno mismo. Las emociones describen y valoran el estado de bienestar (probabilidad de supervivencia) en el que nos encontramos.

Las necesidades afectivas son tres: necesidad de contacto físico, necesidad de intimidad y necesidad de pertenencia a grupo. No satisfacer esas necesidades genera enfermedad mental aislamiento.

5.2.2.2 Necesidad de contacto físico

“Abrazarse o tomarse de la mano durante al menos diez minutos puede reducir los efectos físicos perjudiciales del estrés”, tal y como indica un estudio realizado por especialistas de la Universidad de Carolina del Norte, en Chapel Hill (Estados Unidos) en 2011.

Y es que el sentido del tacto está infravalorado y realmente es uno de los sentidos imprescindibles para poder sobrevivir, sobre todo en edades tempranas, ya que las caricias y el contacto físico cuando somos bebés son tan importantes y tan básicos como el comer o el dormir. Es imprescindible para nuestra salud física y mental, además de una forma de comunicación con los otros. Un niño pequeño satisface las necesidades de contacto físico con las caricias y abrazos de sus padres y familiares. Si no se trata de familias especiales, es raro que el niño tenga carencia de las mismas.

Si los profesionales observásemos situaciones de carencia convendría intervenir, podríamos tener en consideración que es tan importante un trabajo como las necesidades de contacto físico, como dar la mano al saludar, o una palmada en la espalda por una buena acción, o los saludos con abrazos o besos cuando la confianza tiende a ser extrema en las empresas, pues ayuda a la comunicación.

A estas alturas está totalmente probado el valor especial que, a nivel afectivo proporciona el contacto físico entre las personas, animales, etc. No se trata de emitir un alegato al contacto físico porque sí, sino que reflexionemos acerca del valor que adquiere en determinados momentos, y por ello lo tengamos en cuenta también en nuestra vida diaria con las personas más cercanas. Ciertamente, hay momentos en los que ese contacto se da más bien por inercia o formalismo; dejamos para otra ocasión la validez o importancia de estos casos, y centrémonos en ese contacto físico real, sentido y dirigido.

5.2.2.3 Necesidad de intimidad

La intimidad es una necesidad de las personas tan importante en nuestra sociedad que se ha convertido en un derecho. Forma parte de la dignidad que todos nos merecemos por el hecho de ser personas. Las características de la dignidad se convierten en derechos para así protegerlas y garantizarlas. Por esta razón, cuando a alguien no se le permite tener vida privada o se interfiere en su intimidad sin que él o ella lo permitan, se está atentando contra la dignidad de esa persona

Los ancianos pierden muchas relaciones debido a los fallecimientos. Van perdiendo relaciones íntimas muy importantes en sus vidas: pareja, amigos... Muchos acaban solos. Para muchos, la familia es el último soporte que les queda, y es la única fuente de donde pueden recibir contacto físico e intimidad. Algunos, por cultura familiar, es posible que hayan tenido poca intimidad entre ellos, y se quedan solos en compañía.

5.2.2.4 Necesidad de pertenencia a grupo

Héctor N. Fainstein (2012) manifiesta que la “noción de pertenencia se da principalmente en los equipos que operan cara a cara, en el mismo tiempo y en el mismo lugar, al decir de las definiciones clásicas de grupo”. El fortalecimiento de esta sensación (ilusoria) de pertenencia es uno de los propósitos organizacionales y a la vez personales. El vivir la cultura organizacional, el pertenecer a un equipo, el comprar el objetivo y visión se puede lograr, siempre y cuando se respete este “proceso natural” por el cual cada persona debe vivir, para formar equipo.

El sentimiento de pertenencia a grupo es muy importante a lo largo de toda la vida. Ser miembro de un grupo nos da seguridad. Además, es fuente importante de apoyo. Se ha visto que las personas con más apoyo social viven mejor, son más felices, se enfrentan mejor a los retos, y evolucionan mejor a enfermedades. El no pertenecer a un grupo social, supone el aislamiento social. Se ha observado que las personas con menor apoyo social tienen más enfermedades mentales, puesto que el sentimiento de soledad les invade el cerebro causándoles nubes vacías en sus mentes que les impide controlar esas emociones.

5.2.2.5 Necesidades afectivas en el trabajo

Todo individuo establece una relación afectiva con su trabajo, ya sea de satisfacción, obligación, indiferencia, orgullo, esfuerzo, cansancio, etc., lo cual origina que actuemos de determinada forma hacia las personas y entorno social, de ahí la importancia del tipo de trabajo que desempeñamos y de los que muchas veces no podemos acostumbrarnos.

Según Maslow en 1991, “el trabajo va más allá de la ejecución de ciertas actividades o poner en práctica sus capacidades. El trabajo pasa por el hecho de establecer un vínculo o afecto que dé cuenta sobre su comportamiento actual. Este tipo de afecto es un sentimiento profundo que llega a trascender cualquier tipo de enfrentamiento interpersonal e, inclusive, puede provocar crisis de tipo familiar, de pareja o hasta enfermedades”.

El beneficio obtenido por el receptor de afecto se compensa con el perjuicio que sufre quien lo proporciona. En la naturaleza nada es gratuito y el afecto, como un hecho de la naturaleza (trabajo), no escapa a esta terrible ecuación. Esta es la verdadera razón por la que existen tantos problemas en las relaciones afectivas. Si el afecto fuera algo espiritual (no-material) no existiría ningún problema para que todo el mundo pudiera disfrutarlo sin límites.

Pero la experiencia cotidiana nos enseña amargamente que el afecto es muy escaso en las relaciones humanas y la razón no es otra que el afecto es simple y llanamente una transferencia física y real de energía, trabajo y vida, y que tal transferencia está sujeta a todos los límites impuestos por las leyes de la naturaleza.

En consecuencia, las capacidades afectivas de cada uno están estrictamente limitadas por la energía disponible, por la capacidad efectiva (no afectiva) de realizar trabajo, de resolver problemas. Uno quisiera inundar de afecto a todo el planeta pero la verdad es que no puede, no disponemos de la energía ni la capacidad para lograrlo. Queremos querer mucho pero podemos querer muy poco, esto es aceptable.

5.2.3 Relaciones interpersonales laborales con los jefes y con los subalternos

En el ámbito laboral es esencial analizar las expectativas que tienen los empleados con la perspectiva del contrato psicológico. Según Amabile, Teresa en 1999 manifiesta que "Este consiste en un acuerdo tácito entre los empleados y la dirección de la empresa, es decir lo que la administración espera de los trabajadores e inversa".

Es decir, definir las expectativas conductuales que incluye cada rol. Se espera que la administración, en este caso, los directivos traten a sus empleados de manera justa, que ofrezcan condiciones laborales que propicien un ambiente de trabajo agradable, que comuniquen con claridad el trabajo diario y que proporcionen retroalimentación en cuanto a la actuación del empleado.

De igual forma se espera que los empleados respondan con una actitud positiva, obedeciendo órdenes y con lealtad para la organización. Si un jefe no motiva a sus empleados, ni propicia el enriquecimiento del puesto de trabajo, por lo tanto, no incentiva funciones que induzcan para que él mismo pueda desarrollar su creatividad; es de esperarse que las relaciones laborales se deterioren porque los empleados sentirían que son uno más dentro de la empresa y esto implicaría que disminuya la productividad de su trabajo.

Se debe tener en cuenta que muchas veces los jefes tienen una idea muy clara en su cabeza, pero a la hora de explicarla, las palabras no terminan de definir lo que necesitan. Ser paciente, asegurarse de explicar correctamente las necesidades y pedidos de los empleados, para permitir que ellos puedan hacer una mejor labor. Ser respetuoso con sus aportes, aunque no se los vea útiles: lo importante es que se haga el esfuerzo por mejorar las situaciones.

En la actualidad se afirma que cada uno de los jefes de la empresa debe constituirse en maestros de sus empleados. Esto sucede cuando el jefe asume la siguiente conducta: escucha y comprende el punto de vista de sus empleados, es decir, tiene empatía, sabe escuchar a sus empleados.

Por lo que se manifiesta que cada uno es un mundo aparte, procura mantenerse calmado cuando un empleado comete un error, se preocupa por el bienestar de ellos, tiene autoconfianza y estabilidad emocional y así lo demuestra a través de sus actuaciones diarias.

Propiciar el trabajo en equipo, busca siempre lo bueno de cada empleado, es decir, ejerce un súper liderazgo puesto que trata de guiar a los demás, mostrándoles como auto liderarse alentándolos a eliminar los pensamientos negativos y las falsas creencias sobre la empresa y sobre sus compañeros de trabajo para reemplazarlas por creencias más positivas y constructivas.

Igualmente busca la construcción de la autoconfianza de sus seguidores convencéndolos de que son competentes, que tienen una gran reserva de potencial y que son capaces de enfrentar los retos que implica el desempeño de sus funciones de manera sistemática.

5.2.4 Relaciones interpersonales laborales con los compañeros

Para poder entender como son las relaciones interpersonales entre los empleados de la empresa es importante tener en cuenta que es un grupo, por ello Certo Samuel en 2001 manifestó que "un número de personas que interactúan entre sí, se identifican sociológicamente, y se sienten miembros del mismo". De otra parte, los grupos pueden ser formales e informales: los primeros son aquellos que existen en la empresa en virtud del mandato de la gerencia para realizar tareas que contribuyan al logro de los objetivos organizacionales y los segundos son grupos de individuos cuyas experiencias laborales comunes desarrollan un sistema de relaciones interpersonales que van más allá de aquellos establecidos por la gerencia.

En cualquier caso, se quiera mucho o poco, siempre todo acto de afecto, de amor, de cariño, de ayuda significa una pérdida de energía para quien lo proporciona. Y esta es la razón por la cual un desequilibrio en las relaciones afectivas conduce inevitablemente a la enfermedad y la muerte.

Lo ideal es que la gerencia propicie y facilite la evolución de los grupos de trabajo para que se conviertan en equipos de trabajo. Un grupo se convierte en equipo cuando los miembros del grupo están centrados en ayudarse entre sí para alcanzar una (s) meta(s) de la empresa.

Se debe buscar que los equipos sean eficaces, es decir, que logren ideas innovadoras, alcancen sus metas y se adapten al cambio; sus miembros deben estar altamente comprometidos tanto con el equipo como con las metas de la organización. Por lo tanto, son altamente estimados por la gerencia y se reconocen y recompensan sus resultados.

Si los empleados de la empresa conforman equipos de trabajo sus relaciones interpersonales se mejorarán notablemente puesto que se hará satisfactorio el trabajo se desarrollará la confianza mutua entre los miembros del equipo y entre el equipo y la gerencia; se mejorará la comunicación entre los miembros del equipo y con otros grupos por cuanto se concientizarán que trabajan, no para una empresa cualquiera, sino para una empresa en particular; surge así un sentimiento de identidad y de compromiso hacia ella. Por lo tanto, los temores se minimizan y el personal entiende más a sus directivos y estos a su vez comprenden más a sus empleados.

5.2.5 Relaciones interpersonales en el desarrollo del trabajo

Para poder movilizar la energía del trabajador y canalizar su comportamiento en la dirección deseada los científicos de la administración dieron paso a nuevas formas de concebir el trabajo dentro de las organizaciones, así surge la teoría del trabajo en equipo, que se desarrolló a partir de los conocimientos de la psicología social y que se centra en los estudios de lo que hace la motivación y liderazgo.

Ahora se busca no solamente la fuerza física del trabajador, sino también se pretende dar un paso sobre lo que pasa en su subconsciente, que es la aportación de la psicología industrial

Para poder desarrollar un adecuado trabajo en equipo es necesario entender que la organización es un ente social y que las personas que lo integran son personas complejas y que es necesario entender algunos conceptos como las relaciones interpersonales. La Relación interpersonal es una interacción recíproca entre dos o más personas. Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social establecidas en cada uno de los países en donde la organización se encuentra.

En toda relación interpersonal interviene la comunicación, que es la capacidad de las personas para obtener información respecto a su entorno y compartirla con el resto de la gente.

Hay que tener en cuenta que las relaciones interpersonales funcionan tanto como un medio para alcanzar ciertos objetivos como un fin en sí mismo. El ser humano es un ser social y necesita estar en contacto con otros de su misma especie. El papel de todo dirigente y de todo encargado de un equipo es generar un clima en el cual la comunicación sea fluida, que se escuche a los otros y se manifiesten los desacuerdos, que exista respeto entre las personas, que se dé un nivel mínimo de real comprensión por el otro y que haya algún grado de afecto entre los integrantes de la institución.

5.2.5.1 Empatía

Sánchez y Gaya en 2001 definieron a la empatía como “La capacidad de conocer, comprender y compartir los sentimientos de los demás sin necesidad de que éstos los verbalicen”, es la capacidad de ponerte en los zapatos del otro y de esa manera conocer su sentir; es decir escuchar y responder, al sentir del otro. Esto tiene que ver con la inteligencia emocional y lleva a la persona a ser más exitosa en todas las áreas de su vida.

Las organizaciones, sin lugar a dudas están formadas por personas y la mayoría de las labores a realizar tienen que ver con relaciones interpersonales. Cuando estas relaciones, son óptimas puede tenerse un clima laboral sano.

Los miembros se sienten muy a gusto de trabajar en dicha organización, incrementando así su productividad. Es por esto que la empatía es de gran importancia, pues promueve relaciones laborales (y de cualquier tipo) íntegras que ayudan al desempeño puntal que una organización aspira.

Gracias a esta habilidad emocional se pueden manejar y tratar de modo adecuado las emociones y sentimientos de la gente con la que nos relacionamos en el mundo laboral. Ser empático consiste en darse cuenta de lo que sienten los demás sin necesidad de que nos lo digan. Esta disposición facilita el ponernos en el punto de vista de los compañeros y adivinar lo que les pasa, lo que necesitan, con lo que nos colocamos en condiciones idóneas para comprenderles y saber por qué actúan de una manera determinada.

La empatía no debe confundirse con la identificación ni, con la imitación. El empático no pierde su personalidad, ni siquiera adopta temporalmente la del otro, simplemente lo entiende y valora el porqué de sus reacciones para poder contestarlas adecuadamente.

5.2.5.2 Afinidad

El término afinidad (del latín *affinitas*) hace alusión a la atracción o adecuación de caracteres, opiniones, gustos u otras circunstancias que existe entre dos o más personas. Esto comúnmente se ve establecido en muchas organizaciones, pues, es indispensable que el clima laboral vaya de la mano con la forma en que se desempeña su talento humano. Por otra parte otro elemento importante en los equipos de trabajo es el concepto de compromiso que se refiere a la Responsabilidad. En su momento, Thomas Jefferson expresó que “Indudablemente, nadie se ocupa de quien no se ocupa de nadie”.

Así como en los problemas se sabe con qué amigos se cuenta, en los negocios no deja de ser importante mantener una buena y constante relación con el prójimo. Una relación más por empatía que solo por interés.

No es un mito, es una realidad cuando algo interesa y se está dispuesto a cuidar de los demás. Las empresas, regularmente se estancan en algún breve y escueto saludo de cortesía y, cuando el tiempo y las circunstancias lo permiten, alguna pequeña charla con la que se logre romper el hielo, sin ir demasiado lejos. Esto es muchas veces lo que marca la diferencia entre una u otra compañía.

Por extraño que parezca a algunos, la interacción genuina (afinidad) con otros seres humanos, va más allá de un “buen conecte” para cerrar un buen trato. “Llevarnos bien”, o “llevarla bien” es algo. Pero compaginar intereses con una actitud legítima, sincera y con miras a mantener una relación de largo plazo, es otra cosa. Nadie dice que sea fácil.

5.2.5.3 Compromiso

La diferencia entre tener que hacer lo que se debe hacer y querer hacer lo que se debe hacer viene marcada por el Compromiso del Empleado. El compromiso se produce cuando en una persona surge una relación de afecto, un vínculo emocional, que le lleva a darse, a identificarse con una persona, con una idea, con una organización. El concepto de “compromiso laboral” se identifica en las empresas como el vínculo de lealtad por el cual el trabajador desea permanecer en la organización, debido a su motivación implícita.

Meyer y Allen definen el compromiso como una actitud que se expresa como el vínculo Psicológico del empleado hacia la organización que hace que sea poco probable que el empleado abandone la organización. Este vínculo psicológico se puede alcanzar mediante 3 componentes: desarrollo, recursos humanos, compromiso del empleado.

Compromiso afectivo (Deseo) identificación psicológica del colaborador con los valores y la filosofía de la empresa. El Empleado muestra fuerte convicción y aceptación de los objetivos y valores de la organización, disposición de ejercer un esfuerzo en beneficio de la organización, preocupación por los problemas de la empresa y fuerte deseo de permanecer en ella.

Compromiso de continuidad (Necesidad) el apego que tiene el trabajador con la Empresa es de carácter material. Su continuidad depende de la percepción que tiene en relación con lo que recibe del trabajo, los costes personales que le supone el trabajo y los costes añadidos al abandono de la Empresa (Estado Civil, hijos, edad o tiempo trabajado en la organización, nivel educativo, capacitación, estado del mercado laboral).

Compromiso normativo (Moral) sentimiento de lealtad a la Empresa motivado por presiones de tipo cultural o familiar.

5.2.6 Clima organizacional

De todos los enfoques sobre el concepto de Clima Organizacional, el que ha demostrado mayor utilidad “es el que utiliza como elemento fundamental las percepciones que el trabajador tiene de las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral” (Goncalves, 1997: 19). La importancia de este enfoque reside en el hecho de que el comportamiento de un trabajador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores.

Sin embargo, estas percepciones dependen de buena medida de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la empresa. De ahí que el Clima Organizacional, refleje la interacción entre características personales y organizacionales. Los factores y estructuras del sistema organizacional dan lugar a un determinado clima, en función a las percepciones de los miembros de las instituciones.

Según Goncalves (1997: 20), es necesario resaltar que el Clima Organizacional se refiere a las características del medio ambiente de trabajo. Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente. Tiene repercusiones en el comportamiento laboral, puesto que es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.

CAPÍTULO II

6 HIPÓTESIS

La comunicación organizacional influye en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015.

6.1 Variables

6.1.1 Variable independiente

La comunicación organizacional.

6.1.2 Variable dependiente

Relaciones Interpersonales

6.1.3 Término de relación

Influye

CAPÍTULO III

7 METODOLOGÍA

7.1 Tipo de investigación

Para el proceso del presente trabajo de titulación se utilizó fuentes bibliográficas, que permitieron obtener información establecida en documentos, por medio de un conglomerado de técnicas y estrategias que se utilizaron para identificar, acceder y localizar aquellas fuentes que fueron importantes para el desarrollo de la presente investigación y de la misma manera permitimos dar soluciones a los problemas y encontrar mejores fórmulas de vida para las personas que laboran en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07.

7.2 Nivel de la investigación

Por el nivel, el presente trabajo de investigación fue descriptivo, pues, a través de la organización y los procesos establecidos obtenidos de forma científica permitió resaltar aspectos relevantes.

7.3 Métodos

Para el cumplimiento de la investigación se emplearon los siguientes métodos. El método histórico se utilizó para detectar los niveles de comunicación organizacional, El método inductivo que ordenó la observación extrayendo conclusiones de carácter universal desde de datos particulares.

Se empleó el método analítico sintético por medio del cual se llegó a la verdad de las cosas, separando los elementos que intervienen en la realización del fenómeno determinado, para después reunir los elementos que tienen relación lógica entre sí hasta completar y demostrar la verdad del conocimiento. El Método estadístico como proceso de obtención, representación, simplificación, análisis, interpretación y proyección de las características, variables o valores numéricos de este proyecto de titulación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones.

7.4 Técnicas de recolección de información

Para el proceso de investigación se aplicó la técnica de la encuesta a los usuarios para conocer sus criterios, los cuales posteriormente se sustentaron con la aplicación de la encuesta a los empleados y fichas de observación a los departamentos, que permitieron demostrar los resultados obtenidos. Se entrevistó a las personas que laboran dentro de la institución y adicional se utilizó una ficha de observación que permitió tomar datos en el campo de investigación.

7.5 Población y muestra

7.5.1 Población

La población para el desarrollo de la presente investigación estuvo compuesta por 320 personas que laboran en las instituciones a investigar, 250 en el Hospital del IESS y 70 en el Distrito de Salud 13D07, además se tomaron entrevistas a los Directores de ambas entidades.

7.5.2 Muestra

Para la toma de la muestra se tomó el total de la población que son 320 personas con error estimado del 10% y se aplicó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{320}{1 + (320) (0,1)^2}$$

$$n = \frac{320}{4,2}$$

$$n = 76,19$$

| | |
|------------|----|
| Directores | 2 |
| Personal | 76 |
| Usuarios | 30 |

Una vez aplicada la fórmula y calculado los datos la muestra es de 76 personas.

8 MARCO ADMINISTRATIVO

8.1 Recursos humanos

- Investigadores:

Quiroz Pincay Xavier Augusto

Solórzano Zambrano Yandry Javier

- Tutora:

Lic. Rocío Bermúdez Cevallos.

8.2 Recursos financieros

| PRESUPUESTO DE GASTOS | | | | | |
|-------------------------|----------|----------|-------------------|--------------|----------------|
| RUBROS | CANTIDAD | UNIDAD | PRECIO UNTARIO | SUB TOTAL | TOTAL RUBRO |
| BIENES | | | | | |
| Papel bon | 4 | RESMA | 4,5 | 18,00 | |
| Toner de impresora | 1 | Unidades | 90 | 90,00 | |
| Cds | 2 | Unidades | 1 | 2,00 | |
| Flash Memory | 2 | Unidades | 12 | 24,00 | |
| Otros bienes | | | | 20,00 | |
| SUB TOTAL | | | | 144,00 | 144,00 |
| SERVICIOS | | | | | |
| Apoyo labor estadística | | | | 250,00 | |
| Movilidad | | | | 230,00 | |
| Viáticos | | | | 150,00 | |
| Teléfono | | | | 50,00 | |
| Impresiones | | | | 90,00 | |
| Fotocopias | | | | 50,00 | |
| Varios | | | | 200,00 | |
| SUBTOTAL | | | | 1020,00 | 1020,00 |
| TOTAL | | | | | 1164,00 |

9 RESULTADOS DE LA INSTRUMENTOS Y ANÁLISIS DE DATOS

Resultados de la 30 fichas de observación realizada a los departamentos de atención al cliente del Hospital del IESS Chone y Distrito 13DO7 de Salud.

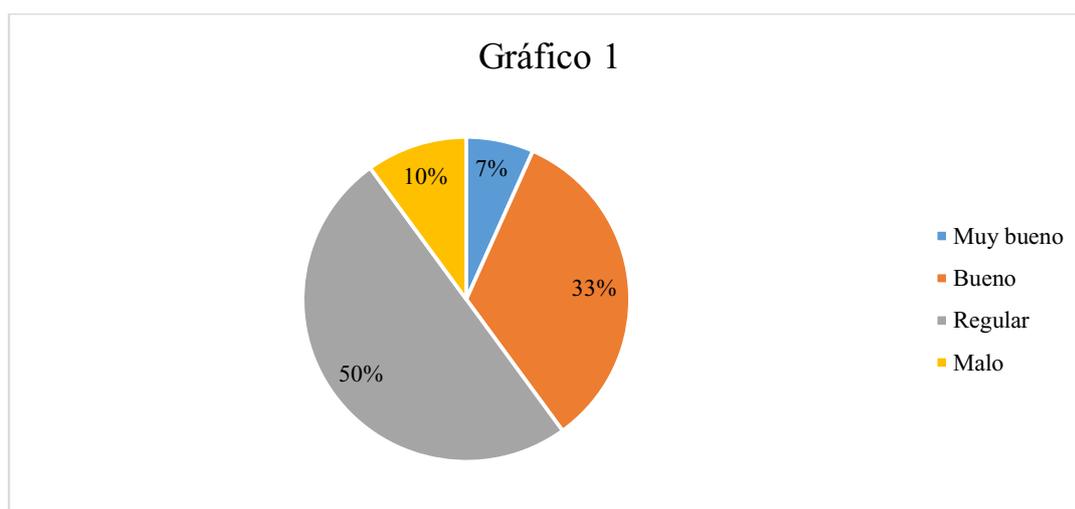
1.- Diseño y presentación del boletín de información

CUADRO 1

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 2 | 6,67% |
| Bueno | 10 | 33,33% |
| Regular | 15 | 50,00% |
| Malo | 3 | 10,00% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry

Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry

Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 1.- “Diseño y presentación del boletín de información” se evidenció que el 7% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno con respecto a el boletín de información, el 33% a la opción Bueno, el 50% a la opción Regular y 10% a la opción Malo.

En conclusión, se pudo evidenciar que en los establecimientos de salud no brinda las expectativas que los usuarios esperan encontrar respecto a la comunicación que debería hallarse en la misma.

2.- Formato de presentación de los boletines

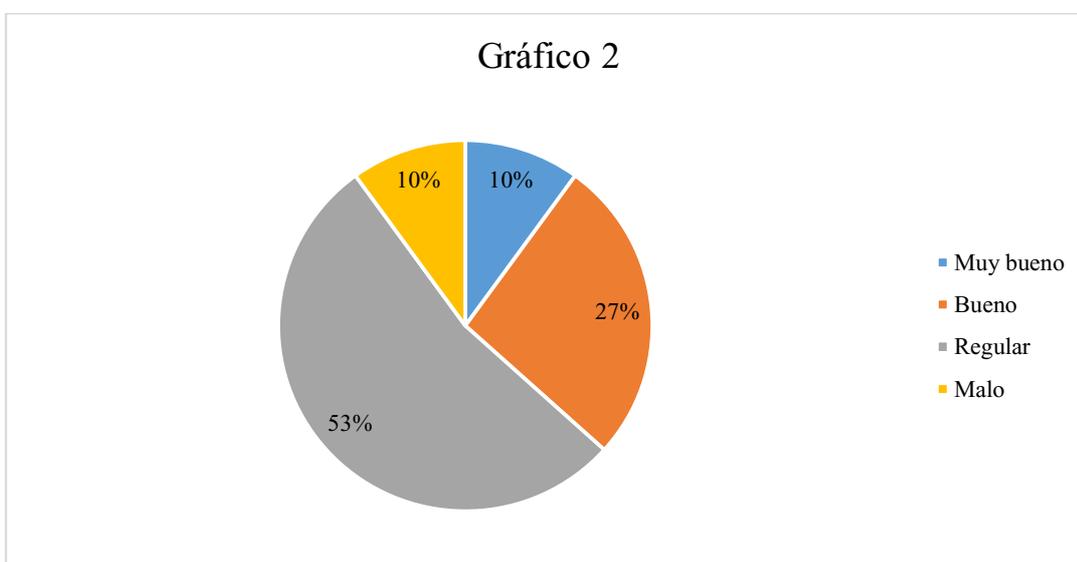
CUADRO 2

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 3 | 10,00% |
| Bueno | 8 | 26,67% |
| Regular | 16 | 53,33% |
| Malo | 3 | 10,00% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry

Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Gráfico 2



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry

Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 2.- “Formato de presentación de los boletines” se evidenció que el 10% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno con respecto a la presentación de boletines, el 27% a la opción Bueno, el 53% a la opción Regular y 10% a la opción Malo. Por lo consiguiente se evidencia que los clientes no entienden los boletines de información.

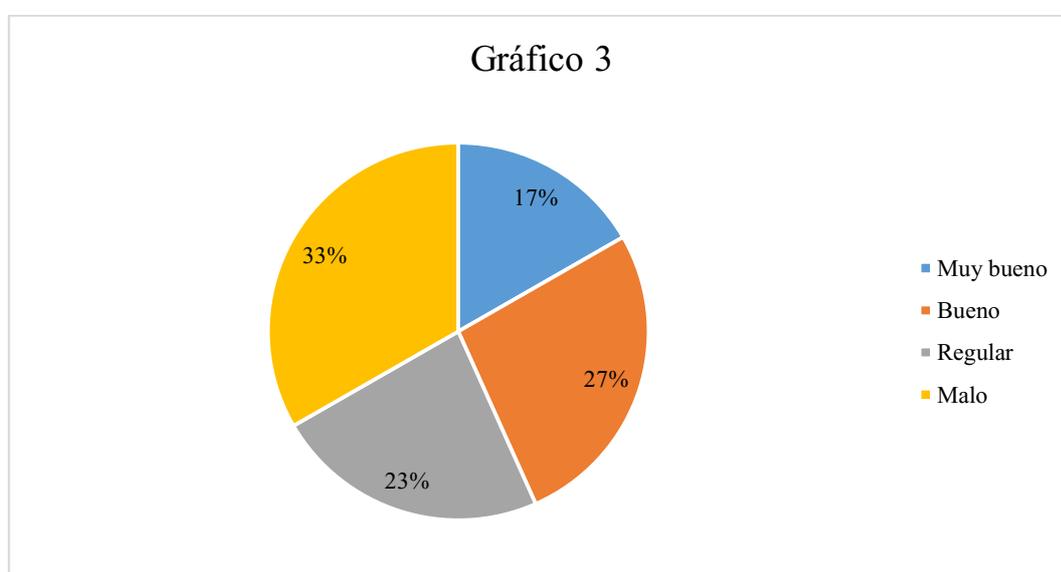
Por lo tanto, los usuarios identificaron que las presentaciones de los boletines de información no se encuentran estructurados de manera tal que las comunicaciones que puedan ser evidentes, por consiguiente la información pierde credibilidad ante ellos por no ser del agrado visible necesario.

3.- Medios gráficos y señaléticas utilizados para la comunicación.

CUADRO 2

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 3 | 10,00% |
| Bueno | 8 | 26,67% |
| Regular | 16 | 53,33% |
| Malo | 3 | 10,00% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 3.- “Medios utilizados para la comunicación” se evidenció que el 17% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la certeza de los medios utilizados para la comunicación, el 27% a la opción Bueno, el 23% a la opción Regular y 33% a la opción Malo.

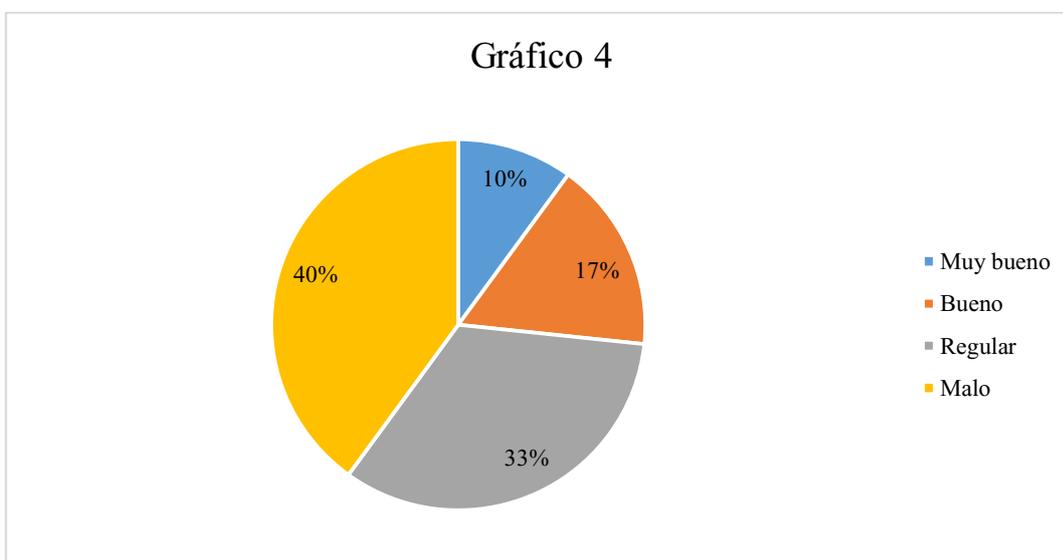
De la misma manera se evidenció que los usuarios a pesar de identificar malos boletines, no supieron manifestar que los medios que se están empleando dentro de las entidades son muy limitados, ya que según los resultados de la ficha, no se logra determinar la objetividad de los mismos.

4.- Contenido entendible de las comunicaciones

CUADRO 4

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 3 | 10,00% |
| Bueno | 5 | 16,67% |
| Regular | 10 | 33,33% |
| Malo | 12 | 40,00% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 4.- “Contenido entendible de las comunicaciones” se evidenció que el 10% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la efectividad en el mensaje de los medios utilizados para la comunicación, el 17% a la opción Bueno, el 33% a la opción Regular y 40% a la opción Malo.

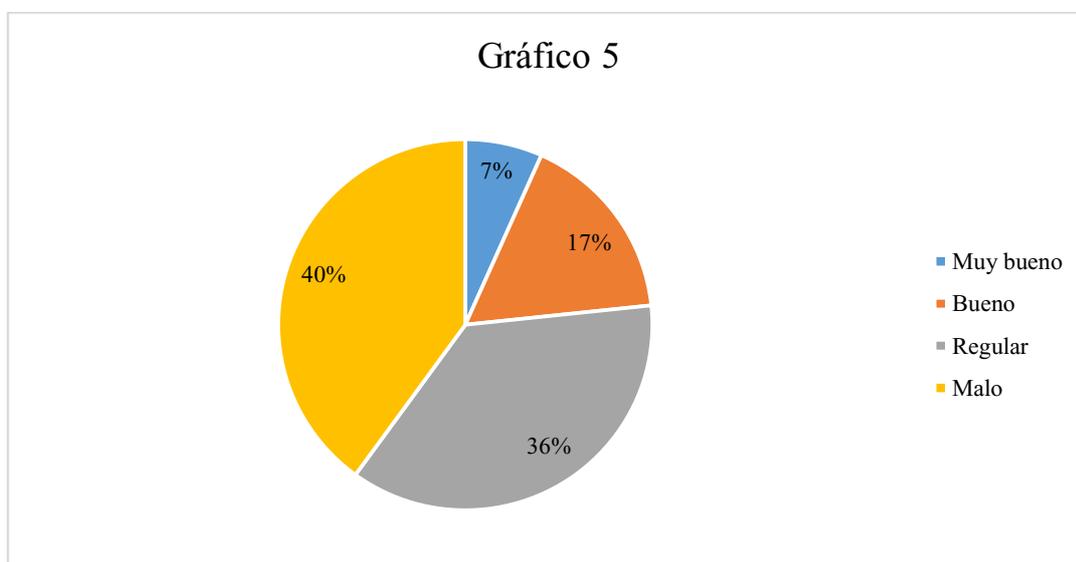
De tal manera que los usuarios no lograron entender en su mayoría los comunicados emitidos por las entidades de salud, pues el lenguaje no es el apropiado o la forma de explicación de los mismos no es entendible.

5.- El tiempo oportuno en las comunicaciones

CUADRO 5

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 2 | 6,67% |
| Bueno | 5 | 16,67% |
| Regular | 11 | 36,67% |
| Malo | 12 | 40,00% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 5.- “El tiempo oportuno en las comunicaciones” se evidenció que el 7% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la efectividad en el mensaje de los medios utilizados para la comunicación, el 17% a la opción Bueno, el 36% a la opción Regular y 40% a la opción Malo.

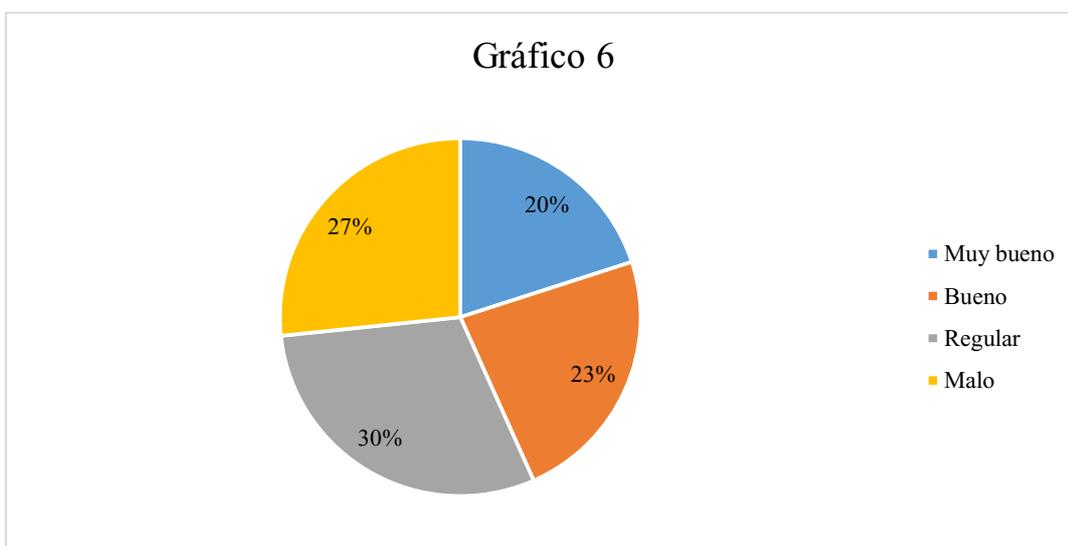
Por consiguiente los usuarios manifestaron que la comunicación entregada a los mismos, no cumple en su mayoría con la eficacia que debería tener cada departamento, por ende se sienten insatisfechos con lo mencionado.

6.- Comunicación entre empleados

CUADRO 6

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 6 | 20,00% |
| Bueno | 7 | 23,33% |
| Regular | 9 | 30,00% |
| Malo | 8 | 26,67% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 6.- “Comunicación entre empleados” se evidenció que el 20% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la comunicación en los trabajadores y empleados de las instituciones, el 23% a la opción Bueno, el 30% a la opción Regular y 27% a la opción Malo.

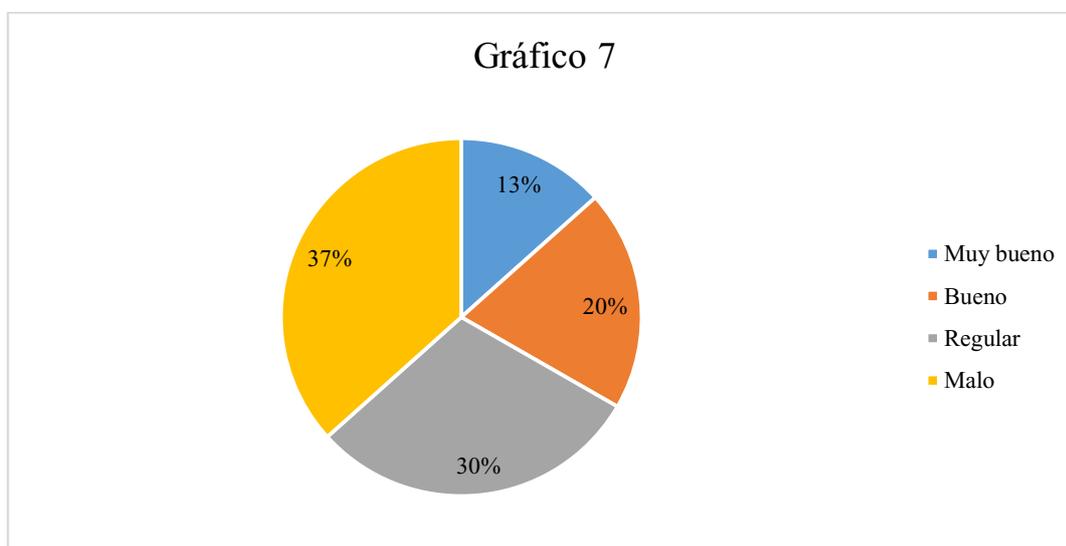
Los clientes son los primeros en notar que en las instituciones las comunicaciones se encuentran débiles, por ello se evidenció que los usuarios notaron diferencias entre los departamentos que tienen las entidades de salud, por ende consideran que la comunicación no es viable.

7.- Comunicación entre jefes y empleados

CUADRO 7

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 4 | 13,33% |
| Bueno | 6 | 20,00% |
| Regular | 9 | 30,00% |
| Malo | 11 | 36,67% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 7.- “Comunicación entre jefes y empleados” se evidenció que el 13% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la comunicación entre empleados y los jefes institucionales, el 20% a la opción Bueno, el 30% a la opción Regular y 37% a la opción Malo.

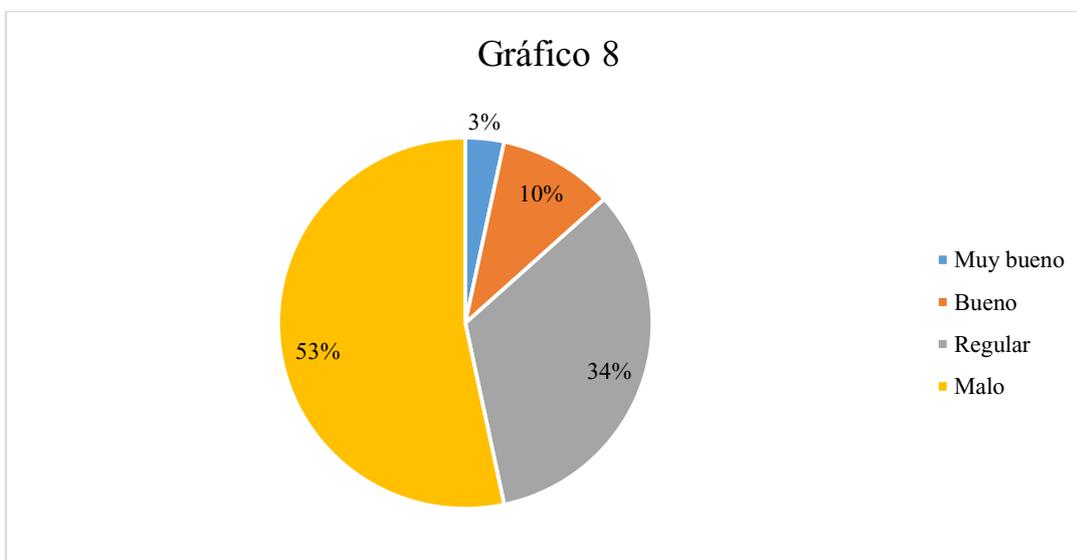
De la misma manera conociendo que los clientes son los primeros en notar que en las instituciones las comunicaciones se encuentran débiles, los usuarios manifestaron que la comunicación entre los empleados y los directores son muy distantes y ello es uno de los principales factores de la mala comunicación.

8.- Cómo es el desempeño general del departamento designado a la comunicación.

CUADRO 8

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy bueno | 1 | 3,33% |
| Bueno | 3 | 10,00% |
| Regular | 10 | 33,33% |
| Malo | 16 | 53,33% |
| Total | 30 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 8.- “Trabajo del departamento o designado para la comunicación” se evidenció que el 3% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno, el 10% a la opción Bueno, el 34% a la opción Regular y 53% a la opción Malo.

Consideraron los usuarios que la labor que desempeña el departamento encargado de brindar información a los mismos, desempeña un rol que no cumple con las expectativas que se requieren, por ende la imagen de las entidades se ve limitada por parte de los usuarios y su desconfianza genera poca credibilidad a si mismos.

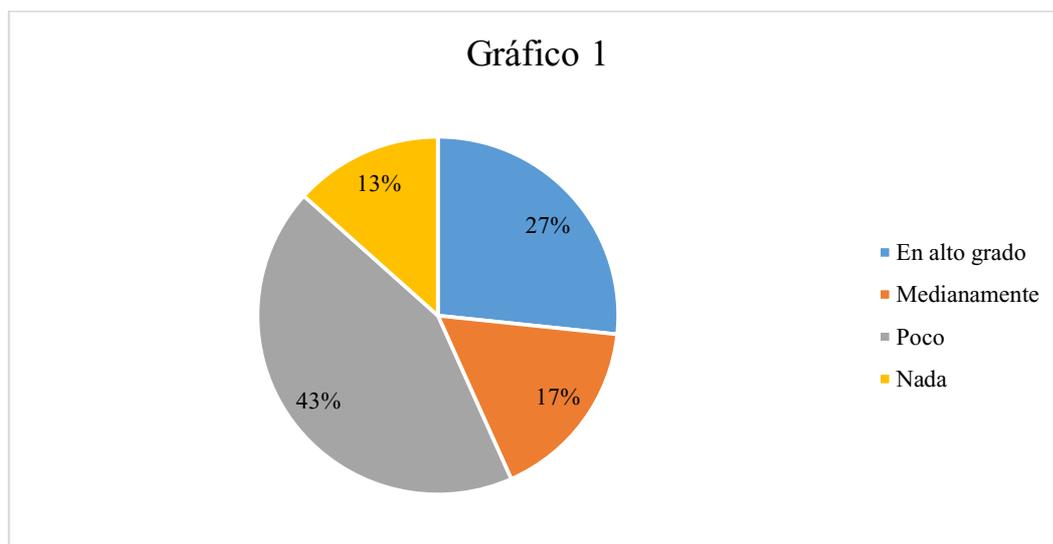
Resultados de la encuesta realizada a los empleados del Hospital IESS Chone y Distrito de Salud 13d07.

1. ¿Conoce las funciones de la comunicación interna?

CUADRO 1

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 20 | 26,67% |
| Medianamente | 13 | 16,67% |
| Poco | 33 | 43,33% |
| Nada | 10 | 13,33% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 1. ¿Conoce las funciones de la comunicación interna? se evidenció que el 27% de lo observado corresponde a la opción En alto grado que se refiere a las funciones de la comunicación interna, el 17% a la opción Medianamente, el 43% a la opción Poco y 13% a la opción Nada.

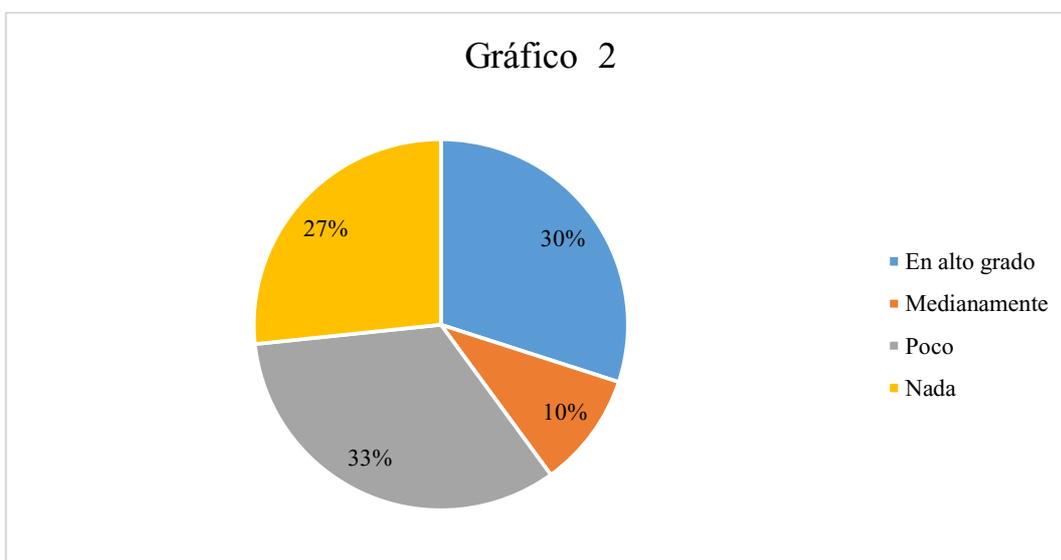
En tal sentido, el personal que labora dentro de las instituciones de salud conoce poco o nada sobre las funciones de la comunicación interna y la forma en cómo la misma influye en el desarrollo institucional.

2. ¿Regularmente se relaciona con sus compañeros de la institución?

CUADRO 2

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 23 | 30,00% |
| Medianamente | 8 | 10,00% |
| Poco | 25 | 33,33% |
| Nada | 20 | 26,67% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 2. ¿Regularmente relaciona con sus compañeros de la institución? se evidenció que el 30% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere a la relación de comunicación que hay entre los empleados de las instituciones de salud, el 10% a la opción Medianamente, el 33% a la opción Poco y 27% a la opción Nada.

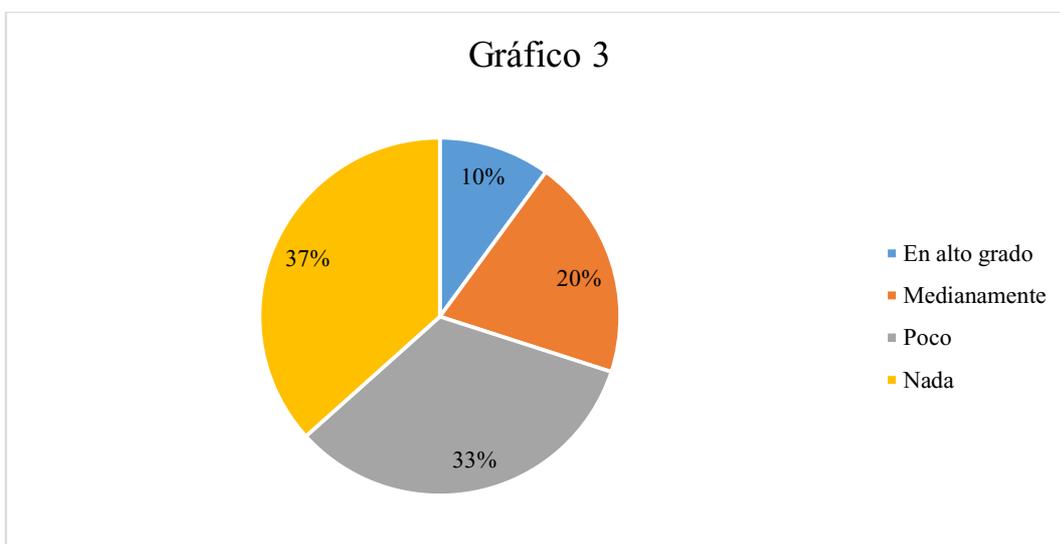
Por consiguiente, el personal que labora dentro de las instituciones de salud manifiesta que las relaciones comunicativas no se evidencian de manera contundente, relaciones indispensables en toda institución.

3. ¿Considera que existen barreras de comunicación con las que se tiene que enfrentar regularmente?

CUADRO 3

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 8 | 10,00% |
| Medianamente | 15 | 20,00% |
| Poco | 25 | 33,33% |
| Nada | 28 | 36,67% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 3. ¿Considera que existen barreras de comunicación con las que se tiene que enfrentar regularmente? se evidenció que el 10% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere a las barreras de comunicación que hay entre los empleados de las instituciones de salud, el 20% a la opción Medianamente, el 33% a la opción Poco y 37% a la opción Nada.

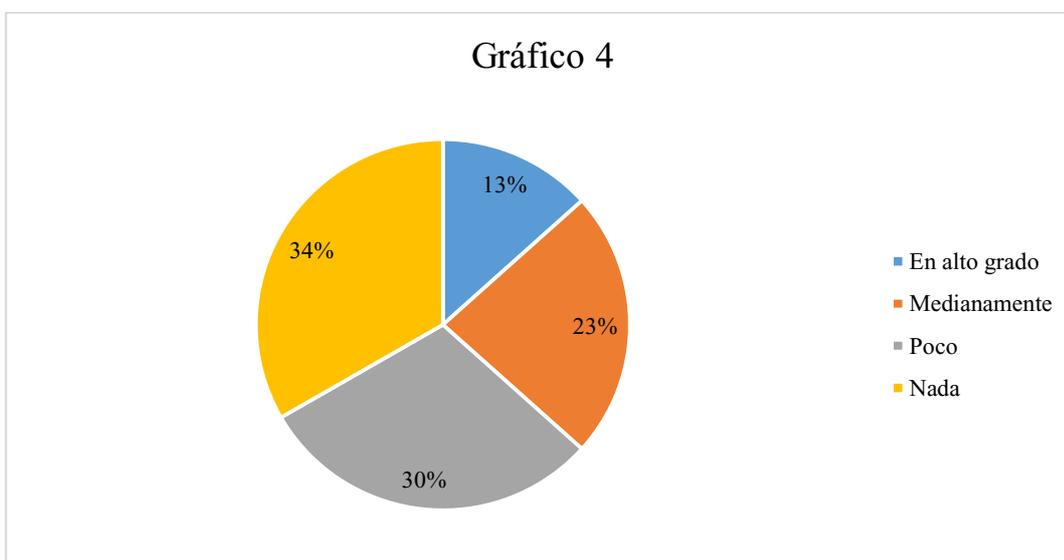
Por lo tanto se evidenció que la mayoría del personal manifiestan enfrentarse a barreras internas que no les permite desarrollar un proceso comunicativo de manera eficaz y que se haga evidente en los diferentes departamentos.

4. ¿Satisfacen sus necesidades los mensajes emitidos por sus compañeros?

CUADRO 4

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 10 | 13,33% |
| Medianamente | 18 | 23,33% |
| Poco | 23 | 30,00% |
| Nada | 25 | 33,33% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 4. ¿Satisfacen sus necesidades los mensajes emitidos por sus compañeros? se evidenció que el 13% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere a la satisfacción hay entre los empleados y los mensajes emitidos en las instituciones de salud, el 23% a la opción Medianamente, el 30% a la opción Poco y 34% a la opción Nada.

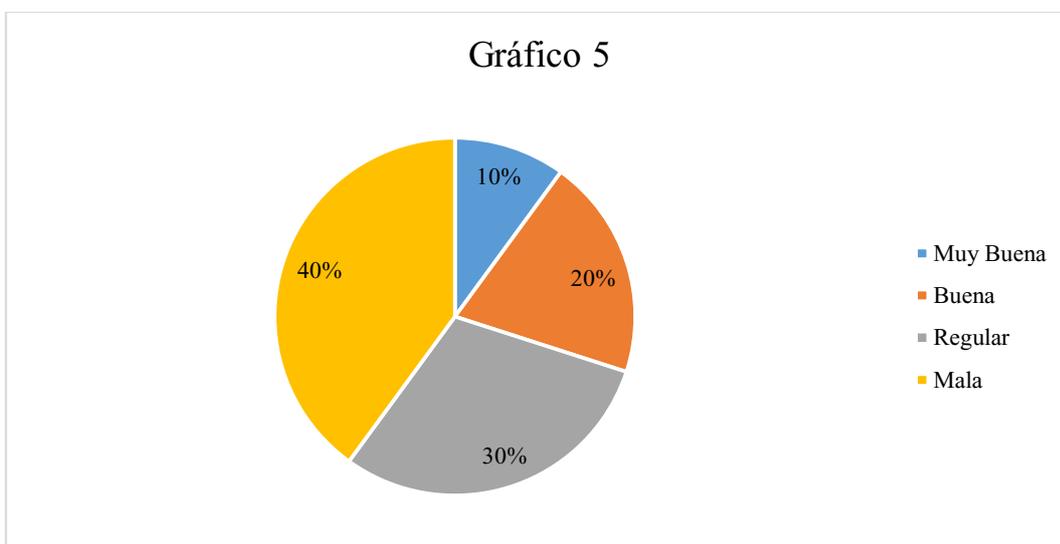
Con esta pregunta claramente se evidencia la falta de comunicación que existe dentro de las instituciones en relación a los departamentos de las mismas y que ello generalmente conlleva a desinformar y crear conflictos.

5. ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa?

CUADRO 5

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy Buena | 8 | 10,00% |
| Buena | 15 | 20,00% |
| Regular | 23 | 30,00% |
| Mala | 30 | 40,00% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 5. ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa? se evidenció que el 10% de los resultados corresponden a la opción Muy Buena que se refiere la comunicación entre el personal y el jefe inmediato, el 20% a la opción Medianamente, el 30% a la opción Regular y 40% a la opción Mala.

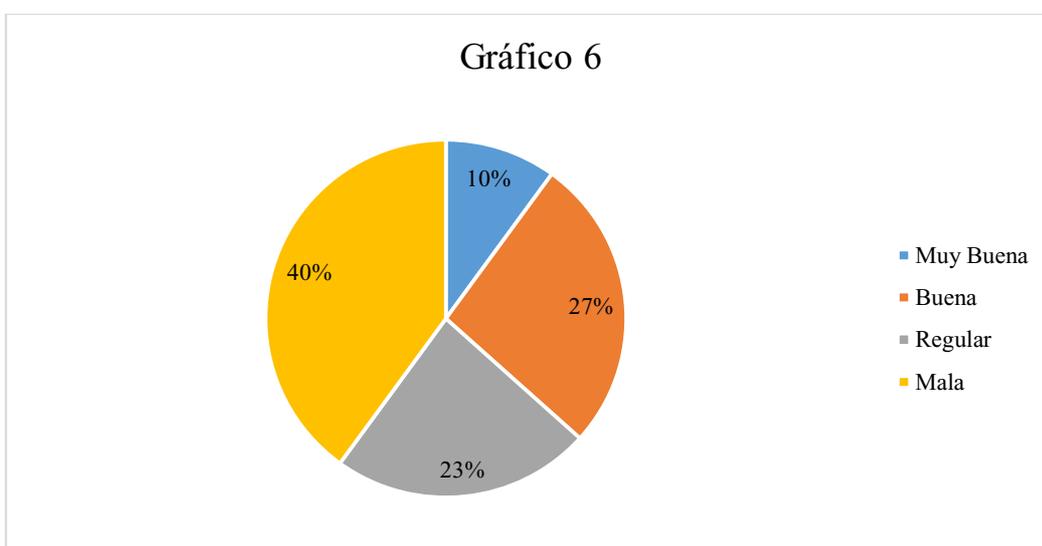
Por consiguiente, se evidenció que los medios que utiliza la institución para poder comunicarse entre los diferentes departamentos es vista de forma negativa por el personal de las instituciones, esto genera inestabilidad en sus relaciones.

6. ¿La forma de comunicación que ha logrado mantener con el actual director de su entidad es?

CUADRO 6

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy Buena | 8 | 10,00% |
| Buena | 20 | 26,67% |
| Regular | 18 | 23,33% |
| Mala | 30 | 40,00% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 6. ¿La forma de comunicación que ha logrado mantener con el actual director de su entidad es? se evidenció que el 10% de los resultados corresponden a la opción Muy Buena que se refiere la comunicación entre el personal y el jefe inmediato, el 27% a la opción Medianamente, el 23% a la opción Regular y 40% a la opción Mala.

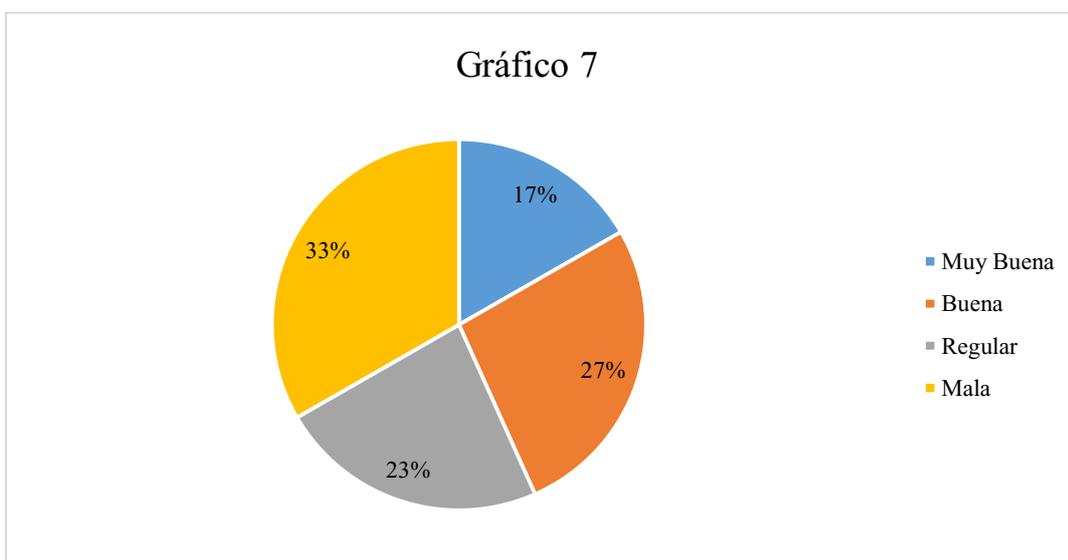
Seguidamente, se evidenció que el personal mantiene una relación muy distinta con los directores de las instituciones, pues se les hace complejo realizar comunicaciones directas con los mismos.

7. ¿La comunicación emitida por su jefe inmediato es...?

CUADRO 7

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|-------------|------------|---------|
| Muy Buena | 13 | 16,67% |
| Buena | 20 | 26,67% |
| Regular | 18 | 23,33% |
| Mala | 25 | 33,33% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 7. ¿La comunicación emitida por su jefe inmediato es...? se evidenció que el 17% de los resultados corresponden a la opción Muy Buena que se refiere la comunicación emitida entre el personal y el jefe inmediato, el 27% a la opción Medianamente, el 23% a la opción Regular y 33% a la opción Mala.

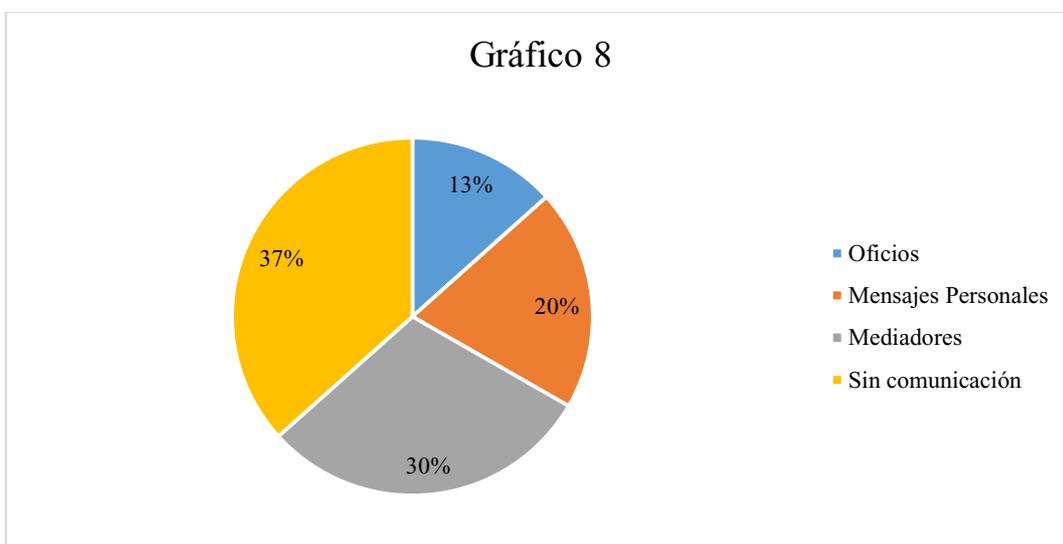
Por lo tanto, se evidenció que muchas de las informaciones entregadas por los directores no llega a el personal de forma contundente, resaltando que los jefes son los primeros a emitir una comunicación confiable directa y con evidencias, pero cuando la diplomacia supera la comunicación esta última se ve afectada.

8. ¿Qué medio utiliza para hacerle conocer a su jefe inmediato sus inquietudes o quejas?

CUADRO 8

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------------|------------|---------|
| Oficios | 10 | 13,33% |
| Mensajes Personales | 15 | 20,00% |
| Mediadores | 23 | 30,00% |
| Sin comunicación | 28 | 36,67% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 8. ¿Qué medio utiliza para hacerle conocer a su jefe inmediato sus inquietudes o quejas? se evidenció que el 13% de los resultados corresponden a la opción Oficios que se refiere al medio que se utiliza para hacer conocer sus inquietudes a su jefe o compañeros, el 20% a la opción Mensajes personales, el 30% a la opción Mediadores y 37% a la opción Sin comunicación.

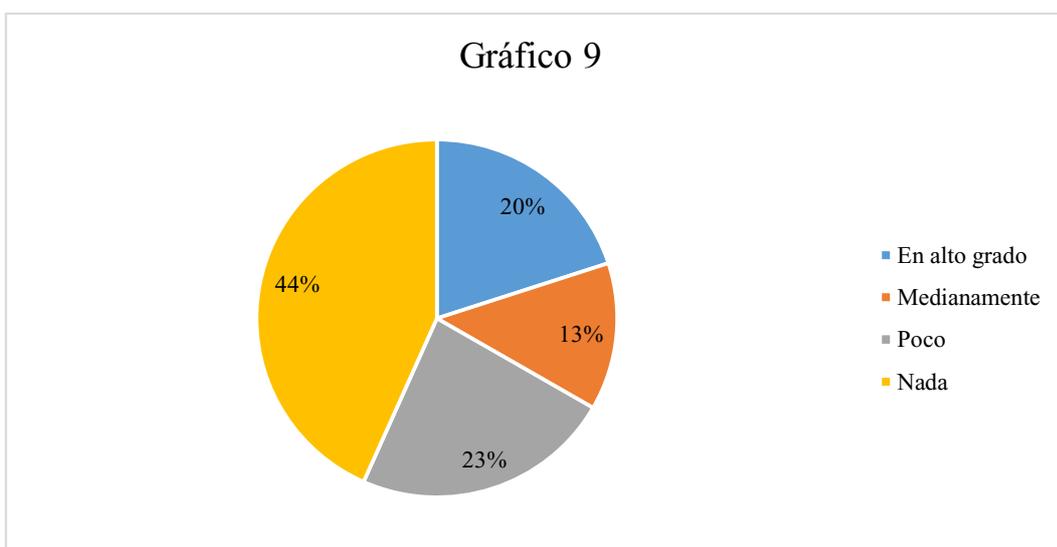
Por lo tanto, se evidenció que las formas de comunicaciones que emplean los directores en su mayoría se ve afectada por la comunicación directa y sin evidencias.

9. ¿Considera que una buena comunicación permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores del lugar donde labora?

CUADRO 9

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 15 | 20,00% |
| Medianamente | 10 | 13,33% |
| Poco | 18 | 23,33% |
| Nada | 33 | 43,33% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 9. ¿Considera que una buena comunicación permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores del lugar donde labora? se evidenció que el 20% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere las buenas relaciones en torno a las actitudes internas, el 13% a la opción Medianamente, el 23% a la opción Poco y 44% a la opción Nada.

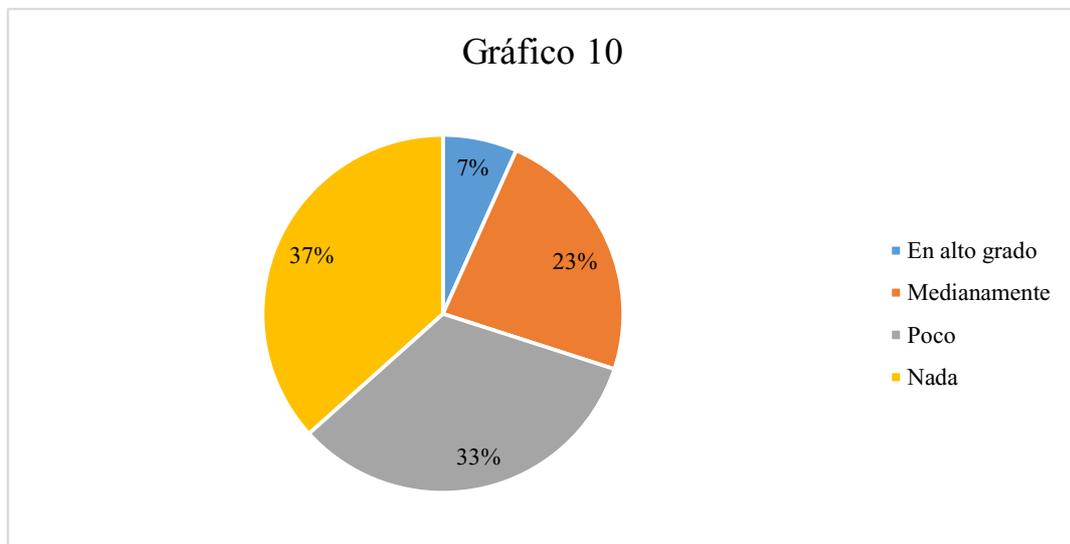
Por consiguiente, el personal de las instituciones de salud en su mayoría tiene la firmeza que sus relaciones interpersonales dependen en gran medida a la forma en que se establecen las comunicaciones que se originan desde la dirección.

10. ¿Se informa a tiempo a los usuarios las noticias y disposiciones que toma su entidad?

CUADRO 10

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | % |
|---------------|------------|---------|
| En alto grado | 5 | 6,67% |
| Medianamente | 18 | 23,33% |
| Poco | 25 | 33,33% |
| Nada | 28 | 36,67% |
| Total | 76 | 100,00% |

Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud



Autores: Quiroz Pincay Xavier y Solórzano Zambrano Yandry
Fuente: Hospital del IESS Chone y Distrito 13D07 de Salud

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 10. ¿Se informa a tiempo a los usuarios las noticias y disposiciones que toma su entidad? se evidenció que el 7% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere comunicación emitida hacia los usuarios de dichas instituciones, el 23% a la opción Medianamente, el 33% a la opción Poco y 37% a la opción Nada.

Por lo tanto, el personal de las instituciones de salud que la información entregada a los diferentes departamentos no llega a tiempo, por ello se crean conflictos en los mismos que generan malestar incluso en los usuarios de las mismas.

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA REALIZADA A LOS DIRECTORES DEL HOSPITAL DEL IESS CHONE Y DISTRITO DE SALUD 13D07

Resultado de la Entrevista realizada al Dr. Camilo Vera Espinoza Director de Salud del Distrito 13D07

Pregunta 1. ¿Qué es para usted la comunicación organizacional?

“La comunicación organizacional considero que una forma importante de mantener a cada uno de los departamentos en una institución al tanto de las cosas que están sucediendo dentro de la institución, a la vez es un medio que se utiliza para dar a conocer a los usuarios la forma en como nos estamos desempeñando dentro de la misma, todo esto es indispensable así como la forma en como el personal se adapte a los cambios que se generan desde su lógica estratégica”

Pregunta 2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?

“Casi siempre dentro de las instituciones se genera expectativa en torno a la forma en cómo se desarrolla una comunicación interna, puesto que ella conlleva muchos pasos a seguir y que la mayoría de veces son mal vistos, sin embargo cuando las instituciones logran manejar esto, ahí es cuando la identidad institucional comienza a hacer efecto sobre el personal y los usuarios”

Pregunta 3. ¿Qué estrategias utiliza para informar decisiones y acontecimientos en su entidad?

“Considero que la forma más común que utilizamos es el mensaje emitido de persona a persona, esto no se hace de manera formal pero un apretón de manos va más allá de un oficio, sin embargo es de resaltar que cuando se emiten informaciones extremadamente importantes hay que tener el sustento legal y eso va de la mano de un oficio o de las demás herramientas con la que contamos como medios radiales, en fin según el acontecimiento es cuando hacemos uso del medio que creemos va a llegar de la mejor forma”

Pregunta 4. ¿Considera que La comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?

“Considero que existen aspectos importantes y que este es uno de ellos, los seres humanos tenemos la ventaja del habla con respecto a los animales y ello nos hace una raza por encima de los demás, sin embargo esto es una clara ventaja no solo para nosotros como institución sino para toda la humanidad.”

Pregunta 5. ¿Considera oportuna la información entregada en los departamentos de su entidad?

“Considero que sí, sin embargo debo reconocer que aún nos falta por mejorar muchísimo, pero en base a nuestros principios y enfocados a tener un sistema de salud que vaya acorde con las políticas gubernamentales debemos hacer todo lo posible por mejorar día a día en todos los aspectos”

Pregunta 6. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?

“Considero que una buena comunicación genera una clima laboral muy afectiva, y cuando el ser humano recibe aquello realiza sus funciones con mayor interés y mayor efectividad, esto es un tema muy importante que hemos venido tratando desde hace varios meses y que aún estamos encaminados a ese proceso”

Pregunta 7. ¿Regularmente existe desinformación en su entidad?

“La desinformación se da a cada momento, sin embargo hemos registrado algunos puntos de donde más nos salen desinformaciones y estamos tomando las medidas necesarias para que esto no afecte en gran magnitud a las cientos de personas que a diario visitan nuestra entidad”

Pregunta 8. ¿Qué medios regularmente utiliza para informar a sus empleados?

“Si no es por el medio personal, usamos los oficios ya sea electrónicos o físicos según lo amerite el caso, esos son los más comunes”

Preguntas 9. ¿Una buena comunicación organizacional permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores?

“Efectivamente si, ya hemos comprobado cómo algunos departamentos manejan un sistema productivo de mejor forma que otros, estos enfoques están dado por la comunicación que se maneja ahí, esto nos servirá de ejemplo para poder corregir algunas inquietudes que aún no podemos solucionar”

Pregunta 10. ¿Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado?

“Considero que el camino hacia el desarrollo institucional lo estamos construyendo día a día, sabemos que cometemos errores como seres humanos, sabemos que aún nos falta mucho por mejorar, pero lo importante de nuestro equipo es la ganas de mejorar el sistema de salud de nuestra región y el país”

Resultado de la entrevista realizada al Ing. Mario Rodríguez, Director del Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Chone.

Pregunta 1. ¿Qué es para usted la comunicación organizacional?

“Considero que la comunicación organizacional es una rama del sistema de comunicación que tienen las empresas tanto públicas como privadas y que su enfoque está dado para informar de manera clara y precisa las decisiones que han venido desarrollando y que de esta manera se pueda desarrollar un clima organizacional que vaya acorde con las exigencias de la actualidad mucho más con el delicado ámbito de la salud”

Pregunta 2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa?

“Lógicamente que sí, se ha demostrado que dentro de las instituciones y en nuestro caso particular nos hemos dado cuenta que dependiendo de la forma en cómo nos comuniquemos es cuando en la persona se va creando pertenencia, lógicamente que es un proceso que conlleva a un sacrificio y un tiempo pero que con las medidas adecuadas se puede lograr”

Pregunta 3. ¿Qué estrategias utiliza para informar decisiones y acontecimientos en su entidad?

“Considero que la mejor forma de comunicar es estableciendo un mensaje que sea entendible desde todos los puntos, esto va desde la diplomacia hasta el sentido del saber llegar a cada una de las personas, pues existen muchos empleados a los que la diplomacia les va de la mano y pues a otros que no tanto, del tal manera que uno en estas funciones debe ser empático, es decir saber ubicar en la posición del otro y de qué manera este pueda reaccionar, me he encontrado con muchos casos pero desde el principio en esta institución más que jefe e intentado ser amigo, escuchar a cada uno y darles soluciones inmediatas y que estas no afecten a los demás”

Pregunta 4. ¿Considera que La comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?

“Evidentemente una buena comunicación va de la mano con las relaciones que las personas tengan entre sí, no solo en el trabajo sino desde el hogar, incluso hablando en términos sociales. El saber hablar, saber escuchar, saber emitir un criterio, saber llevar un mensaje, saber diferenciar entre lo bueno y lo malo es lo que marca la diferencia entre los conflictos laborales y personales”

Pregunta 5. ¿Considera oportuna la información entregada en los departamentos de su entidad?

“Considero que cometemos errores no forzados y esto conlleva a que muchos departamentos no funcionen en ciertas instancias de manera sincronizada, pero esto no significa que no se hayan corregido, es más, mucho mejor si cometemos errores pues ello solo nos compromete a mejorar y a aprender del mismo error”

Pregunta 6. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas?

“La comunicación es base en cualquier sistema social incluso en una organización o institución de salud como esta, por ende como sociedad es indispensable que nuestro sistema de comunicación pueda ser determinado desde la primera palabra enunciada esto hará que cada departamento sea corresponsable por las demás áreas lo que permitirá mejorar su productividad en todos los puntos establecidos”

Pregunta 7. ¿Regularmente existe desinformación en su entidad?

“La desinformación es una de las causales de los mayores problemas en nuestra entidad, como entidades públicas que dan servicio a una comunidad y su relación que la misma tiene con la política hacer que muchas veces seamos foco de la maldad, pero nuestro principio es informar de la mejor manera utilizando los medios y recursos necesarios para combatir la desinformación”

Pregunta 8. ¿Qué medios regularmente utiliza para informar a sus empleados?

“Particularmente el medio que más utilizo con los demás compañeros míos es la palabra personal, sin embargo dependiendo de la situación y de las exigencias tenemos a disposición medios electrónicos, físicos, televisivos y radiales, obviamente tratando de ponderar cada situación”

Pregunta 9. ¿Una buena comunicación organizacional permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores?

“Estamos trabajando muy duro para que nuestra comunicación interna sea cada día mejor, es una tarea constante, es una tarea difícil pero a la vez no imposible, pero no por ello debemos bajar los brazos, sobre todo si nuestra principal función es entregar a todos los usuarios y afiliados un servicio de calidad”

Pregunta 10. ¿Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado?

“Considero que estamos en una etapa de adaptación a las nuevas políticas que desde el gobierno se emiten pero sin ser egocéntrico considero que estamos mucho mejor que antes en torno a la administración del sistema de salud, esto no significa que estemos de la forma, habrá que mejorar mucho pero lo más importante es que estamos en el camino”

10 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La hipótesis planteada es “La comunicación organizacional influye en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015”.

Una vez que se han obtenido los resultados de las encuestas comparados con los objetivos y las interrogantes, se ha podido comprobar que la hipótesis de la presente investigación es verdadera, lo que se corrobora a continuación.

En los resultados de las fichas de observación a los departamentos, así como las demás personas que laboran en dichas instituciones, Hospital del IESS Chone conjuntamente con el Distrito de Salud 13D07, evidenciamos las alternativas con mayor índice en donde se vio comprobada la hipótesis que a continuación presentamos:

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 2.- “Formato de presentación de los boletines” se evidenció que el 10% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno con respecto a la presentación de boletines, el 27% a la opción Bueno, el 53% a la opción Regular y 10% a la opción Malo.

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 4.- “Contenido entendible de las comunicaciones” se evidenció que el 10% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la efectividad en el mensaje de los medios utilizados, el 17% a la opción Bueno, el 33% a la opción Regular y 40% a la opción Malo.

Según lo investigado en la ficha de observación realizada en los establecimientos de salud con respecto a la Alternativa 7.- “Comunicación entre jefes y empleados” se evidenció que el 13% de lo observado corresponde a la opción Muy Bueno a la comunicación en los trabajadores y empleados de las instituciones conjuntamente con los jefes institucionales, el 20% a la opción Bueno, el 30% a la opción Regular y 37% a la opción Malo.

En los resultados de las encuestas que se realizaron a los departamentos, así como las demás personas que laboran en dichas instituciones, Hospital del IESS Chone conjuntamente con el Distrito de Salud 13D07, evidenciamos las alternativas con mayor índice en donde se vio comprobada la hipótesis presentamos:

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 3. ¿Considera que existen barreras de comunicación con las que se tiene que enfrentar regularmente? se evidenció que el 10% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere a las barreras de comunicación que hay entre los empleados de las instituciones de salud, el 20% a la opción Medianamente, el 33% a la opción Poco y 37% a la opción Nada.

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 6. ¿La forma de comunicación que ha logrado mantener con el actual director de su entidad es? se evidenció que el 10% de los resultados corresponden a la opción Muy Buena que se refiere la comunicación entre el personal y el jefe inmediato, el 27% a la opción Medianamente, el 23% a la opción Regular y 40% a la opción Mala.

Según lo investigado en la encuesta realizada al personal de las entidades de salud con respecto a la Pregunta 9. ¿Considera que una buena comunicación permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores del lugar donde labora? se evidenció que el 20% de los resultados corresponden a la opción En alto grado que se refiere las buenas relaciones en torno a las actitudes internas, el 13% a la opción Medianamente, el 23% a la opción Poco y 44% a la opción Nada.

De la misma manera se pudo evidenciar mediante las entrevistas realizada a los Directores de las Instituciones Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07, que las relaciones interpersonales del ambas entidades se encuentran en un proceso de adaptación y nivelación de caracteres simples, esto manifiesta que muchos de estos cambios no pueden ir de una manera acelerada ya que de esta forma el proceso no sería contundente y no cumpliría con las visiones que tienen para si ambos directores.

El alcance de los objetivos se hace evidente porque garantizaron la eventualidad de obtener una experiencia práctica del trabajo colectivo y analizar que muchas instituciones aún están proceso de cambios y que estos son las puertas hacia una institucionalización de calidad de las entidades de salud en servicio de la comunidad y que ello no será loable si las relaciones que existen entre Directores, jefes, personal y demás personas que forman una institución, lleven valores básicos de relaciones interpersonales.

11 CONCLUSIONES

- Se concluyó que las principales fuentes de comunicación interna en las instituciones Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, son los mensajes personales.
- Se concluyó que en los departamentos del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro existen diferentes barreras de comunicación entre sí, lo que limita la precisión y la fidelidad de la misma.
- Se concluyó que el personal del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro se relaciona entre sí de manera lateral, es decir que prefieren la comunicación informal por encima de las demás.
- Se concluyó que usar frecuentemente la comunicación informal en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, suele afectar en el desarrollo del contexto real del mensaje.
- Se concluyó que las relaciones entre los departamentos del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, está sujeta a ciertos distanciamientos por el hecho de manejar distintas áreas lo que reduce en cierta medida cumplir con los objetivos institucionales.
- Se concluyó que las personas que laboran en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, manejan paradigmas basadas en sus experiencias personales, esto infiere en el desarrollo de sus capacidades emocionales individuales y grupales.
- Se concluyó que no existen micro proyectos en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, que maximice la confianza entre todos.
- Se concluyó que los sistemas operativos no dinamizan las relaciones entre el personal en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro.

12 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las fuentes de comunicación interna en las instituciones Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, sean potenciadas en todo ámbito y aplicadas a la exigibilidad de la misma.
- Se recomienda que en los departamentos del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro se dinamicen las principales fuentes de información y que cada una sea sistematizada al contexto.
- Se recomienda que el personal del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro se relacione entre sí de manera genuina, es decir aplicando las diferentes estrategias comunicacionales que brinden un ambiente agradable y confiable.
- Se recomienda que se profundice las diferentes fuentes de información del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, para que lleguen al receptor de manera clara y precisa.
- Se recomienda que las relaciones entre los departamentos del Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, eliminen barreras de distanciamiento aplicando los valores de las instituciones.
- Se recomienda que las personas que laboran en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, combatan paradigmas personales a través de diferentes medios de relaciones personales.
- Se recomienda que se realicen micro proyectos en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, que maximicen la confianza entre todos.
- Se recomienda que se debe incluir sistemas operativos que dinamicen las relaciones entre el personal en el Hospital del IESS Chone y Distrito de Salud 13D07 Chone – Flavio Alfaro, pues el medio electrónico tiene la ventaja de crear información instantánea y fiable.

13 BIBLIOGRAFÍA

Alejandro R. Balza y Karina Aphal, *Desarrollos en la Comunicación Interna* , comunicologos.com.

Bartoli, A., *Comunicación y Organización. La Organización Comunicante y la Comunicación Organizada*. Ediciones Paidós Ibérica, España, 1992.

Berlo, D., *El Proceso de Comunicación*. Editorial Ateneo, Argentina, 1979.

Daniel Prieto Castillo, *La Comunicación en la Educación*, Ediciones Ciccus La Crujía, Argentina, 1999.

Francois Eldin, *El Managment de la Comunicación*, Edicial S.A, Argentina, 1998.

Fernández, C., *La Comunicación en las Organizaciones*. Editorial Trillas, México, 1999.

Fiske, J., *Introducción al Estudio de la Comunicación*. Editorial Norma, Colombia, 1982.

García & Urrea, *Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en Empresas del Sector Privado del Área Metropolitana de Caracas*. Comunicación Social UCAB, 1997.

Gibson; Ivancevich; Donnely, *Las Organizaciones: Comportamiento, Estructuras y Procesos*. Editorial IRWIN, 1996.

Katz y Kahn, *Psicología Social de las Organizaciones*. Editorial NAMA, México, 1990.

Koontz y Weihrich, *Administración una Perspectiva Global*. Mc Graw Hill, 1996.

Kreps, G. L., *La Comunicación en las Organizaciones*. Addison-Wesley Iberoamericana, España, 1995.

Medina, W., *Manual de Administración de Recursos Humanos*, UCAB, 1999.

Urquijo, J. I., *Teoría de las Relaciones Industriales*. Ex Libris, Caracas, 1996.

13.1 Webgrafia

<http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/imgcorp.htm>

http://www.rrhh-web.com/Desarrollo_organizacional.html

http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8198/1/26613_1.pdf

<http://www.trabajos.academicos.com/trabajos14/desarrollo-organiz/desarrollo-organiz.shtml>

http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P847.pdf

http://bibadm.ucla.edu.ve/edocs_baducla/tesis/P847.pdf

<http://www.activate.ec/la-institucionalidad-del-estado-ecuatoriano/el-estado/gobiernos-autonomos-descentralizados-gad-y?page=1>

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1351/1/tcon648.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

PROPUESTA:

Propuesta realizada en torno a la investigación del tema: “La comunicación organizacional influye en las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015”.

Tema:

Plan de comunicación para el desarrollo de las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015”.

Introducción:

Es fundamental entender ante todo que la vida social es un intercambio de relaciones nutridas por el contacto personal, que actúa como el puente articulador entre la construcción de cultura y desarrollo. Por esta razón, es importante que en todas las organizaciones exista un lenguaje de comunicación único que permita que los miembros de la misma puedan entender su papel como sujetos sociales y participativos del entorno en el que se desarrollan.

De la misma manera, se plantea la posibilidad de crear estrategias innovadoras que surgen del estudio e investigación de las necesidades puntuales de la entidad y en la que los sujetos estén involucrados de manera positiva, a partir de la generación de fuentes o recursos de información formales que les permitan orientar su desempeño hacia la motivación, la movilización, la realidad y la acción.

Es importante entonces, entender que la comunicación es transversal a todas las organizaciones y que es a partir de las labores y actividades de sus miembros como se proyecta mejor la imagen corporativa tanto a nivel interno como a nivel externo. Unido a esto, el buen manejo de la información, la preparación de líderes de opinión seguros y dinámicos, junto con otras estrategias de comunicación, que se vinculan como factores que aportan valor a las relaciones interpersonales.

Si es importante el diálogo en las relaciones interpersonales, lo es aún más la comunicación en las organizaciones. La comunicación está guiada por los sentimientos y por la información que transmitimos y comprendemos. La comunicación nos sirve para establecer contacto con las personas, para dar o recibir información, para expresar o comprender lo que pensamos, para transmitir nuestros sentimientos, comunicar algún pensamiento, idea, experiencia o información con el otro, y para unirnos o vincularnos a través del afecto y de la empatía.

Cuando existe la comunicación en una organización, seguramente se puede afirmar que existe un compañerismo, una complicidad, y un ambiente de unión y afecto desde casa. Pero, sobre todo y lo más importante, es que hay un respeto mutuo y unos valores bien asentados que enraízan con el origen de unas buenas relaciones.

Sin embargo, crear este clima de comunicación en las organizaciones, no es una tarea tan fácil. Hay que ayudar a todos con prácticas sobre el terreno, con consejos educativos y, sobre todo, con el ejemplo para crear el clima adecuado que facilite esa comunicación.

Es fundamental, que los líderes introduzcan en el seno de la organización, los mecanismos necesarios que faciliten una buena comunicación entre los miembros de la entidad. Saber escuchar, hablar con el corazón, mantener una actitud asertiva y mostrar empatía son algunas de las actitudes para promover un buen clima de diálogo.

Ante un mundo en el que abundan los conflictos en las organizaciones, en donde la envidia supera el compañerismo, en donde cada día la empatía se va perdiendo, en donde nos encontramos con climas laborales egoístas, en donde prima el individualismo nace esta propuesta dirigida a mejorar las relaciones interpersonales en el Hospital del IESS Chone y el Distrito 13D07 de salud. Los esfuerzos por procurarles a las personas entregarles lo que necesitan, ayudarles y ofrecerles un modelo de comportamiento a seguir, se transforman en constante preocupación e incluso ansiedad, y ellos se ven obligados a trabajar también con esos sentimientos.

Justificación:

Luego de haber efectuado el diagnóstico situacional las relaciones interpersonales, se ha palpado la realidad que existe en ellos, se hace evidente la inseguridad de los empleados hacia ellos mismos, pues la comunicación entre ellos no está fluctuando de manera uniforme.

Esta propuesta planteada es de mucha importancia ya que como comunicadores debemos tomar en cuenta el desarrollo de la comunicación en los aspectos: Psicológico, Pedagógico y Social dentro del proceso comunicativo lo que permitirá desarrollarse como personas y seres humanos.

Este trabajo de investigación se justifica, en vista de que ningún comunicador de la institución ha realizado una propuesta referente a este tema. El interés de esta propuesta es dar una posible solución inmediata a este problema que enmarca a muchos empleados de esta institución.

Además se considera que este es un trabajo que ayudará de forma indirecta a toda la comunidad, pues tenemos en consideración que se forme un eco que identifique a muchos empleados empáticamente relacionándolos con las buenas practicas que se deben desarrollar entre los mismos.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán quienes laboran dentro de dicha institución así como la población, ya que les permitirá aplicar nuevas estrategias de comunicación y relaciones interpersonales entre las personas que laboran en dicha institucion.

Con la finalidad de optimizar la autoconfianza en empleados, afianzar los vínculos laborales, aprender a identificar problemas como comunicación distante, distanciamientos y reducir el estrés laboral, se realizará esta propuesta. También, y además de brindar diversas herramientas para mejorar la relación entre compañeros de trabajo, este evento tiene una noble causa de hacer partícipes a empleados con mayores problemas de sociabilidad.

Objetivos:

General

Mejorar las relaciones interpersonales de las instituciones de salud IESS y Distrito 13D07 de Salud Chone-Flavio Alfaro en el año 2015.

Específicos

Mejorar la afectividad entre empleados para mejorar las relaciones interpersonales.

Consolidar relaciones comunicacionales entre departamentos que permitan consolidar afectividades entre sí.

Entregar estrategias comunicacionales para que sean aplicadas en el campo.

Contenido

El lugar donde nacen los niños y mueren los hombres, donde la libertad y el amor florecen, no es una oficina ni un comercio ni una fábrica, sino en la familia (Chesterton citado por Lyford, Ciompi y Soler, 2007 p.139)

La familia es el más básico de todos los grupos humanos, es el contexto donde se dan los primeros pasos hacia la comunicación. Es la gran maestra de todos los símbolos y las reglas de significación, que son los cimientos de la vida social. Por tanto, ésta suele considerarse una fuente importante de aprendizaje.

Hoy por hoy el término familia no sólo se utiliza para definir a las personas que están unidas por lazos de sangre, matrimonio o adopción, sino también es usada para referirse a una gran variedad de pequeños grupos de personas que viven juntos sin que intervengan los genes o un contrato jurídico (Lindenfield, 2001).

En las últimas décadas, el papel de las empresas ha experimentado cambios radicales, ya que en siglos pasados será de tipo patriarcal o extensa. Actualmente han surgido nuevas fórmulas, entre las que se pueden incluir empresas como entes de comunicación para el desarrollo de sociedades (Cangas y Moldes, 2007).

Desde sus orígenes se le ha visto como la unidad económica por excelencia; mientras que los hombres se dedicaban a cazar, las mujeres se encargaban de cuidar a los niños, a realizar tareas internas del hogar y preparar la comida. En la actualidad debido a factores económicos y sociales entre otros, dichas funciones también se han modificado (Gamboa, et al. 2009).

Según Hart (2005), mucha gente cree que las empresas son entidades netamente inertes, y que por lo tanto, se sabe cómo realizar este papel de forma instintiva. Lo cierto es que requiere estudio y práctica, como cualquier otro trabajo cualificado.

Por su parte, Cangasy Moldes(2007) destacan que “paradójicamente, en ninguna otra época se nos ha definido y mostrado desde tantos puntos de vista, desde tantas teorías psicológicas y pedagógicas, cuáles han de ser nuestras pautas de crianza” (p.20). Por tanto, ser padre no es una tarea fácil ya que para ello se requiere estar en constante preparación y actualización como vía para mejorar y mantener la estabilidad empresarial.

Empezar primero por uno de sus defectos, estar consciente de que no todo lo que le disgusta se podrá modificar. Para aprender una nueva actitud personal, debe comenzar con lo sencillo. Y, por supuesto, premiarse generosamente al alcanzar una meta, por pequeña que ésta sea, además de la importancia que tiene la autoestima en el proceso comunicativo, la asertividad también juega un papel primordial dado que la manera de expresarnos con los demás influye en las relaciones interpersonales.

La mayoría de problemas del día a día en las entidades se resolverían, si nos esforzáramos por tener una buena comunicación con nuestros hijos. Hay muchas formas de hacerlo. Se puede hacer con un gesto, se puede hacer con una mirada de complicidad, se puede hacer con la palabra, escuchando música, leyendo, haciendo deporte... También nos podemos comunicar silenciosamente. Todas estas formas son necesarias para construir una imagen corporativa, siendo así la comunicación una de las estrategias fundamentales que tienen los seres humanos por naturaleza y que esta debe darse en la mejor forma.

La estructura de la estrategia aplicada (Metodología)

La propuesta que se aplicará es de campo bibliográfico, utilizando fuentes de información primarias y secundarias; las fuentes de informaciones primarias o de primera mano se tomaron a través de la investigación en torno a este tema; mientras tanto, las secundarias provienen de libros, folletos, revistas e Internet.

Además de forma aplicada nos permitirá dar solución a los problemas que surgieron de la observación de hechos y fenómenos tanto naturales como sociales; y encontrar mejores fórmulas de vida para el bienestar de los niños y niñas.

Esta propuesta también es descriptiva, porque mediante la sistematización y organización de los contenidos científicos y el trabajo de campo, nos permitirá describir los aspectos más relevantes a lo largo de todo el proceso.

Se realizará un programa, que nos permita establecer una relación loable y que identifique las relaciones entre padres e hijos.

Diseño organizacional con las actividades realizadas que validan la propuesta

| ACTIVIDADES | CONTENIDOS | RESPONSABLES | TIEMPO | TECNICAS E INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN |
|--|---|--|-----------------|--|
| Presentación de la propuesta | Propuesta | Investigadores Directivos de la institución | Octubre de 2015 | Exposición de propuesta Taller grupal. |
| Elaboración y entrega de cartas entre empleados y jefes. | Expresión de la comunicación de una forma tradicional. | Investigadores Directivos de la institución | Octubre de 2015 | Talleres entre el personal Fichas de observación |
| Charlas sobre la comunicación entre empleados | Como comunicar de manera fácil y segura entre compañeros. | Investigadores Directivos de la institución | Octubre de 2015 | Fichas de observación Talleres entre el personal Taller pendiente para la casa |
| Charlas sobre la comunicación para la comunidad | Como comunicar de manera fácil y segura para la comunidad | Investigadores Directivos de la institución | Octubre de 2015 | Fichas de observación Talleres entre el personal Taller pendiente para la casa |
| Culminación de la propuesta | Experiencias vividas | Directivos Empleados Investigadores | Octubre de 2015 | Fichas de observación |

Bibliografía

Cangas, A. Moldes, P. (2007).Claves: Habla con tus hijos. México: Koala

Gamboa, Álvarez, Ayora, Castillo, Cerda, Cetina, Cuevas, De Lille et al (2009).El reto de ser padres: Vivir en familia. México: Facultad de Psicología (UADY)

Hart, L.(2005).La familia feliz: Cómo desarrollar tu autoestima y la de tus hijos. Barcelona: Obelisco

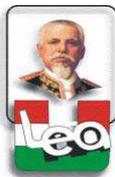
Holguín, C (2011).Los padres y la salud de sus hijos adolescentes. Su intervención en el Marco de la Familia y de la Escuela. XIII Congreso de la Sociedad Española de Medicina del Adolescente.

Lindenfield, G.(2001). Cómo desarrollar la autoestima en niños y adolescentes. Potencia la personalidad y el bienestar emocional de tu hijo ayudándole a confiar en sí mismo. Madrid

Lyford, P. Ciompi, M. Soler, M. (2007).Hijos con personalidad...raíces y alas. México: Alfaomega

Wäckerlin, S (2008).Comunicación con adolescentes. Diplomado para padres. Colegio Inglés

**ANEXO 2
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ EXTENSIÓN
CHONE
ESCUELA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

FICHA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Establecer la comunicación organizacional en las instituciones de salud.

Nombre del observado:

Fecha:

| N° | OBSERVACIONES OPCIONES | MUY BUENO | BUENO | REGULAR | MALO |
|----|---|-----------|-------|---------|------|
| | | | | | |
| 1 | Diseño y presentación del boletín de información | | | | |
| 2 | Formato de presentación de los boletines | | | | |
| 3 | Medios gráficos y señaléticas utilizados para la comunicación | | | | |
| 4 | Contenido entendible de las comunicaciones | | | | |
| 5 | El tiempo oportuno en las comunicaciones | | | | |
| 6 | Comunicación entre empleados | | | | |
| 7 | Comunicación entre jefes y empleados | | | | |
| 8 | Cómo es el desempeño general del departamento designado para la comunicación. | | | | |



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE
ESCUELA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo

- Describir las estrategias de comunicación organizacional que tienen las instituciones de salud.
- Indagar el nivel de relación interpersonal que tienen las instituciones de salud.

Sírvase a contestar las siguientes preguntas, en forma anónima Su respuestas será de gran utilidad para la investigación que se está realizando.

CUESTIONARIO

1. ¿Conoce las funciones de la comunicación interna? OE3

- Si ()
No ()
Poco ()
Nada ()

2. ¿Regularmente se relaciona con sus compañeros de la institución? OE3

- Si ()
No ()
Poco ()
Nada ()

3. ¿Considera que existen barreras de comunicación con las que se tiene que enfrentar regularmente? OE3

- En alto grado ()
Medianamente ()
Poco ()
Nada ()

4. ¿Satisfacen sus necesidades los mensajes emitidos por sus compañeros? OE3

- En alto grado ()
Medianamente ()
Poco ()
Nada ()

5. ¿Cómo califica usted a los medios de comunicación interna con los que cuenta la empresa? OE2

- Muy Buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

6. ¿La forma de comunicación que ha logrado mantener con el actual director de su entidad es? OE2

- Muy Buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

7. ¿Los comunicación emitida por su jefe inmediato es...? OE2

- Muy Buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()

8. ¿Qué medio utiliza para hacerle conocer a su jefe inmediato sus inquietudes o quejas? OE2

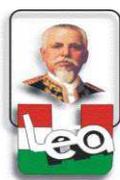
- Oficios ()
- Mensajes Personales ()
- Mediadores ()
- Sin comunicación ()

9. ¿Considera que una buena comunicación permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores del lugar donde labora? OE3

- En alto grado ()
- Medianamente ()
- Poco ()
- Nada ()

10. ¿Se informa a tiempo a los usuarios las noticias y disposiciones que toma su entidad? OE2

- En alto grado ()
- Medianamente ()
- Poco ()
- Nada ()



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE
ESCUELA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
ENCUESTA DIRIGIDA AL PERSONAL

Objetivo: Determinar estrategias de comunicación organizacional para mejorar la comunicación en las instituciones de salud. OE4

Sírvase a contestar las siguientes preguntas, en forma anónima Su respuestas será de gran utilidad para la investigación que se está realizando.

CUESTIONARIO

1. ¿Qué es para usted la comunicación organizacional? OE4

.....
.....
.....

2. ¿Considera que la comunicación interna genera una identificación institucional por parte del trabajador hacia la empresa? OE4

.....
.....
.....

3. ¿Qué estrategias utiliza para informar decisiones y acontecimientos en su entidad? OE4

.....
.....
.....

4. ¿Considera que La comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa? OE4

.....
.....
.....

5. ¿Considera oportuna la información entregada en los departamentos de su entidad? OE4

.....
.....
.....

6. ¿Considera que una buena comunicación organizacional interna mejoraría la productividad de la empresa en sus diferentes áreas? OE4

.....
.....
.....

7. ¿Regularmente existe desinformación en su entidad? OE4

.....
.....
.....

8. ¿Qué medios regularmente utiliza para informar a sus empleados? OE4

.....
.....
.....

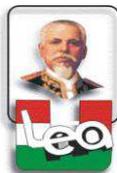
9. ¿Una buena comunicación organizacional permitiría mejorar las actitudes de todos los colaboradores? OE4

.....
.....
.....

10. ¿Cree que el clima organizacional de la empresa es el más adecuado? OE4

.....
.....
.....

**ANEXO 3
OFICIOS**



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE**

Chone, Mayo de 2015

Sr.

Dr. CAMILO VERA ESPINOZA

Director de Salud del Distrito 13D07

Ciudad.-

Reciba un cordial saludo de quienes suscribimos la presente Xavier Augusto Quiroz Pincay y Yandry Javier Solórzano Zambrano, la presente es para felicitarle por tan loable labor que usted desempeña en favor de la salud de la comunidad Chonense, a la vez solicitarle de la manera más cordial y respetuosa se nos permita como egresados de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone de la carrera de Comunicación Social realizar un estudio que nos acredite nuestra Titulación, esto a través de la toma de entrevistas, encuestas y fichas que oportunamente le haremos conocer.

Esperando una favorable respuesta a nuestra solicitud, desde ya le quedamos agradecidos.

Cordialmente,

Xavier Augusto Quiroz Pincay
C.I. 1311885188

Yandry Javier Solórzano Zambrano
C.I. 1311993388



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
EXTENSIÓN CHONE

Chone, Mayo de 2015

Sr.

Ing. MARIO RODRIGUEZ

Director del Hospital del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Chone

Ciudad.-

Reciba un cordial saludo de quienes suscribimos la presente Xavier Augusto Quiroz Pincay y Yandry Javier Solórzano Zambrano, la presente es para felicitarle por tan loable labor que usted desempeña en favor de la salud de la comunidad Chonense, a la vez solicitarle de la manera más cordial y respetuosa se nos permita como egresados de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí extensión Chone de la carrera de Comunicación Social realizar un estudio que nos acredite nuestra Titulación, esto a través de la toma de entrevistas, encuestas y fichas que oportunamente le haremos conocer.

Esperando una favorable respuesta a nuestra solicitud, desde ya le quedamos agradecidos.

Cordialmente,

Xavier Augusto Quiroz Pincay
C.I. 1311885188

Yandry Javier Solórzano Zambrano
C.I. 1311993388