	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		Dependencia	Aprobado	Pág.
		SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(148)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Jessica Paola Galván Alvernia		
FACULTAD	Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Elvis Fernando Rios Pacheco		
TÍTULO DE LA TESIS	Plan estratégico de comunicación interna del hospital Emiro Quintero Cañizares del Municipio de Ocaña, Norte de Santander		
TITULO EN INGLES	Strategic internal communication plan of the Emiro Quintero Cañizares hospital of the Municipality of Ocaña, Norte de Santander		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>El presente trabajo de grado consiste en el desarrollo del plan estratégico de comunicación interna del hospital Emiro Quintero Cañizares, con el fin de detectar cuales son los factores que afectan dentro de la institución a la comunicación, clima y cultura organizacional, para poder mejor estos factores que dañan el buen desarrollo de la institución.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>The present degree work consists of the development of the strategic plan for internal communication of the Emiro Quintero Cañizares hospital, in order to detect which are the factors that affect communication, climate and organizational culture within the institution, in order to better be able to these factors that damage the proper development of the institution.</p>			
PALABRAS CLAVES	Comunicación, Clima, Cultura, Comunicación Interna, Plan Estratégico, Hospital Emiro Quintero Cañizares.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Communication, Climate, Culture, Internal Communication, Strategic Plan, Hospital Emiro Quintero Cañizares.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 147	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM:



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL HOSPITAL EMIRO
QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

Autor

JESSICA PAOLA GALVÁN ALVERNIA

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social

Director

Cs. ELVIS FERNANDO RÍOS PACHECO

Magíster en Dirección del Desarrollo Local

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Índice

Capítulo 1. Estado la comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del Municipio de Ocaña, Norte de Santander.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Objetivos.....	4
1.3.1. Objetivo general.	4
1.3.2. Objetivos específicos.....	5
1.4. Justificación.....	5
1.5. Delimitaciones.....	10
1.5.1. Delimitación operativa	10
1.5.2. Delimitación conceptual.....	10
1.5.3. Delimitación geográfica.	10
1.5.4. Delimitación temporal.	10
Capítulo 2. Marco referencial	11
2.1. Marco histórico.....	11
2.2. Marco contextual	20
2.3. Marco conceptual	24
2.4. Marco teórico.....	27

2.5. Marco legal.....	31
Capítulo 3. Marco metodológico	34
3.1. Tipo de investigación	34
3.2. Población	35
3.3. Muestra.....	36
3.3.1. Muestreo Cuantitativo.	36
3.3.2 Muestreo Cualitativo.	38
3.4. Técnica de recolección de información	38
3.4.1 Recolección de información cuantitativa.	38
3.4.2 Recolección de datos cualitativos.....	38
Capítulo 4. Resultados de la investigación	40
4.1. Resultados del primer objetivo.....	40
4.2 Resultados del segundo objetivo	75
4.3. Resultados del tercer objetivo	53
4.3.1. Análisis organizacional.	54
4.3.2. Reconocimiento y análisis de la estructura orgánica.....	57
4.3.3. Canales de comunicación.	58
4.3.4. Análisis del contexto.	59

4.3.5. Direccionamiento estratégico.....	61
4.3.6. Objetivo del plan.....	62
4.3.7. Ejes, líneas y acciones estratégicas.....	63
4.3.8. Planeación estratégica.....	65
4.3.9. Seguimiento y evaluación.....	67
4.3.10. Presentación de resultados.....	68
Capítulo 5. Conclusiones.....	71
Capítulo 6. Recomendaciones.....	74
7. Referencias.....	75
8. Apéndices.....	82
8.1. Apéndice A. Carta de solicitud de permiso para el ingreso.....	82
8.2. Apéndice B. Diseño de la encuesta y validación para su aplicación.....	84
8.3. Apéndice C.....	88
8.4. Apéndice D. Evidencias fotográficas.....	94
8.5. Apéndice E. Plan estratégico de comunicación interna.....	98

Lista de tablas

Tabla 1. Variables	37
Tabla 2. Aspectos de la comunicación, clima y cultura organizacional	76
Tabla 3. Planeación estratégica.....	65
Tabla 4. Matriz de seguimiento y evaluación	68
Tabla 5. Formato de presentación de resultados.....	68

Lista de figuras

Figura 1. Pregunta 1. Encuesta de conocimiento.....	42
Figura 2. Pregunta 2. Encuesta de conocimiento.....	43
Figura 3. Pregunta 3. Encuesta de conocimiento.....	44
Figura 4. Pregunta 4. Encuesta de conocimiento.....	45
Figura 5. Pregunta 5. Encuesta de conocimiento.....	46
Figura 6. Pregunta 6. Encuesta de conocimiento.....	47
Figura 7. Pregunta 7. Encuesta de conocimiento.....	48
Figura 8. Pregunta 8. Encuesta de conocimiento.....	49
Figura 9. Pregunta 9. Encuesta de conocimiento.....	50
Figura 10. Pregunta 10. Encuesta de conocimiento.....	51
Figura 11. Pregunta 11. Encuesta de conocimiento.....	52
Figura 12. Pregunta 12. Encuesta de conocimiento.....	53
Figura 13. Pregunta 13. Encuesta de conocimiento.....	54
Figura 14. Pregunta 14. Encuesta de conocimiento.....	55
Figura 15. Pregunta 15. Encuesta de conocimiento.....	56
Figura 16. Pregunta 16. Encuesta de conocimiento.....	57
Figura 17. Pregunta 17. Encuesta de conocimiento.....	58
Figura 18. Pregunta 18. Encuesta de conocimiento.....	59
Figura 19. Pregunta 19. Encuesta de conocimiento.....	60
Figura 20. Pregunta 20. Encuesta de conocimiento.....	61
Figura 21. Pregunta 21. Encuesta de conocimiento.....	62
Figura 22. Pregunta 22. Encuesta de conocimiento.....	63

Figura 23. Pregunta 23. Encuesta de conocimiento.....	64
Figura 24. Pregunta 24. Encuesta de conocimiento.....	65
Figura 25. Pregunta 25. Encuesta de conocimiento.....	66
Figura 26. Pregunta 26. Encuesta de conocimiento.....	67
Figura 27. Pregunta 27. Encuesta de conocimiento.....	68
Figura 28. Pregunta 28. Encuesta de conocimiento.....	69
Figura 29. Pregunta 29. Encuesta de conocimiento.....	70
Figura 30. Pregunta 30. Encuesta de conocimiento.....	71
Figura 31. Organigrama Hospital Emiro Quintero Cañizares	57
Figura 32. Direccionamiento estratégico	62
Figura 33. Ejes estratégicos	63
Figura 34. Portada del plan estratégico.....	70

Resumen

La comunicación, clima y cultura organizacional, son componentes de la administración organizacional, que impactan de manera directa los resultados de cada entidad, el análisis de estos aspectos son el objetivo de estudio de esta investigación; el objetivo principal de este proyecto es crear el plan estratégico de comunicación interna del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Para la realización del mismo se utilizó una metodología mixta, la cual implica la recolección y el análisis de los datos cualitativos y cuantitativos, logrando obtener una perspectiva más amplia y profunda del objeto de estudio; en la investigación se realiza un muestreo aleatorio simple, es de gran ayuda porque deja que haya una gran flexibilidad a la hora de la recolección de los datos necesarios para la investigación, y a la hora de los resultados estos serán más acertados.

El desarrollo de la investigación permitió determinar las fortalezas y debilidades en la institución en los aspectos de comunicación, clima y cultura organizacional como: la colaboración, el liderazgo, la satisfacción en el puesto de trabajo, las condiciones de trabajo y la comunicación: así mismo, en la identificación de estrategias. Finalmente, como resultado, se presenta al Hospital Emiro Quintero Cañizares el plan estratégico de comunicación interna.

Introducción

En la naturaleza de los seres humanos es parte importante la comunicación, todas las personas necesitan las relaciones y la interacción con otras personas; dentro de las empresas no es la excepción. La comunicación ha tomado un papel muy importante en las organizaciones públicas y privadas, enviando un mensaje de impacto de la comunicación en la vida cotidiana. En la actualidad, es indispensable mantener informados a los colaboradores, porque así se promueve el desarrollo de las relaciones humanas para así optimizar las relaciones interpersonales en los distintos niveles de la estructura organizacional.

En este sentido, Armas (2014) en su estudio de comunicación interna y clima laboral afirma que:

la comunicación es elemental para que se cumplan muchos de los objetivos y valores de la organización. Es uno de los medios por el cual se obtiene el desarrollo y crecimiento idóneo de cada uno de los colaboradores involucrados, logrando enfrentar los retos y necesidades que exige su trabajo diariamente, por lo cual es un tema vital importancia para la constante evolución de las organizaciones

Así pues, la presente investigación se basa en un diagnóstico de la comunicación interna y el efecto sobre el clima organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares, con base al problema existente que atraviesa la entidad, la cual se ve afectada constantemente por las relaciones internas entre trabajadores, áreas y departamentos, fragmentando de manera significativa el trato entre los mismos, haciéndose notorio en diversos sectores del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Por ello, nace la iniciativa de hacer este proyecto que tiene como fin, evaluar el estado de la comunicación interna, el clima y la cultura organizacional, teniendo en cuenta las estrategias

de comunicación y la percepción de los empleados, para de esta manera crear un plan estratégico de comunicación interna, llevando al fortalecimiento de la estructura corporativa.

Capítulo 1. Estado la comunicación interna y su relación con el clima organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del Municipio de Ocaña, Norte de Santander

1.1. Planteamiento del problema

La comunicación en la actualidad, juega un papel fundamental en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones; de esta manera, se torna como un proceso en el que el ser humano logra extenderse hacia todos los ámbitos, situaciones y hechos habituales. La función principal tiene como consecuencia el comprender los mensajes a través de la recepción idónea de los mismos; este proceso puede parecer sencillo y cotidiano, pero al ser utilizado erróneamente, traerá consecuencias poco favorables para el desarrollo de la compañía.

El buen funcionamiento y direccionamiento de la comunicación, permite que el equipo humano se integre de manera eficiente, generando así un clima armónico y competente para el buen funcionamiento de todas las áreas en las que se subdivide la organización, donde:

Un mal desarrollo de la CI por este sector puede provocar que se pierdan de vista los objetivos que la empresa se propuso alcanzar propiciando en algunos casos la fractura entre sectores, fallas en los procesos, errores de procedimientos o malestar y confusión de lineamientos. (A. Bandolini, 2009, pág. 29)

Por tanto, el clima organizacional, es aquel entorno en el que se desenvuelven las acciones cotidianas, en el cual las diferentes áreas laborales, como: personal administrativo, de servicios generales, urgencias, médicos y enfermeros, entre otros, afectan positiva o negativamente el entorno, a partir, de las vivencias dentro del lugar de trabajo, convirtiéndose a su vez, en un espejo de información hacia el exterior, hacia los usuarios.

La cultura organizacional es un conjunto de prácticas, creencias y valores que generan identidad, compromiso y pertenencia en los miembros de la empresa. La cultura organizacional cambia continuamente ya que es afectada por una serie de factores que moldean el comportamiento individual y colectivo de las personas. En el día a día laboral los miembros de la organización adquieren experiencias que comparten entre sí, creando valores, principios y formas de comportamiento, es decir, manifestaciones culturales que pasan a ser parte del colectivo al que pertenecen. (Punina, 2016)

De esta manera se moldean los esquemas mentales de la empresa y su funcionamiento en cada uno de los colaboradores.

Claudia Moreno Burgos en el 2014 dice que el diagnóstico es un instrumento clave para las organizaciones, ya que permite detectar en el ámbito interno tanto las fortalezas o características positivas que éstas deberían potenciar, como las debilidades o aspectos negativos que pueden mejorar. De igual modo, a nivel externo contribuye a identificar los elementos favorables del entorno que constituyen potenciales oportunidades de mejora, y aquellos que por obstaculizar sus objetivos pueden ser vistos como posibles amenazas.

De este modo, el diagnóstico permite considerar todos los aspectos necesarios para una planificación estratégica de las comunicaciones internas y externas, que se inserte efectivamente dentro de la política global de la empresa o institución y contribuya al logro de sus objetivos organizacionales. (pág. 58)

Las instituciones no suelen encontrarse capacitadas para enfrentar los cambios que dentro de ella se realicen, debido a que esto constituye una reforma determinante en la cultura

organizacional. Esto significa para las organizaciones, un gran reto, eliminando el modelo clásico de comunicación interna, representado por la exigencia de mensajes, pasando al modelo vigente, donde las sugerencias, opiniones y creencias de aquellos que integran la organización son tomadas en cuenta.

Teniendo en cuenta lo anterior la presente investigación se ejecutará en El Hospital Emiro Quintero Cañizares por ser una de las empresas más grandes de Ocaña que cuenta con 983 empleados de planta y contratados, entre administrativos y área de la salud como médicos, enfermeros, banco de sangre, laboratorios, promoción y prevención, así como servicios generales, mantenimiento, calidad y demás trabajadores que conforman la organización, siendo esta una de las mayores fuentes de empleo para el municipio, donde alrededor del setenta y cinco por ciento (75%) del personal tiene trabajando para la empresa más de cinco (5) años.

El hospital, es epicentro receptor de población ocañera, la provincia, sus veredas y corregimientos, sumándose a este, los municipios que conforman la región del Catatumbo, zona afectada constantemente por el conflicto armado, la inequidad y la falta de centros asistenciales. Motivo por el cual, se convierte en la principal entidad prestadora de servicios de salud, mismo que, lleva a los investigadores a plantear dicha investigación a fin de mejorar el ciclo vital y desarrollo cotidiano en todas las áreas que conforman la institución y potenciar la imagen que este tiene dentro de sus instalaciones y frente a los usuarios.

La institución antes mencionada, no cuenta con todos los instrumentos necesarios para el buen desarrollo de la comunicación, el poco personal en el área de prensa, es un ejemplo claro donde se ven evidenciadas ciertas falencias comunicacionales, puesto que, en ella, solo existe una persona contratada, encargada de cubrir todo tipo de actividades vinculadas a esta área.

Lo que lleva a los investigadores a plantear la realización de un plan estratégico de comunicación interna, inexistente en esta institución. Dentro del cual se plasmarán las labores a seguir para que la empresa y sus líneas de comunicación den como resultado un adecuado funcionamiento, logrando los objetivos planteados dentro de la institución, sin importar la condición futura. En otras palabras, en él se concretará qué acciones tendrán que ser llevadas a cabo a nivel empresarial para poder afrontar los retos que vayan apareciendo y finalmente conseguir las metas trazadas previamente.

Bajo esta perspectiva, se realizará un análisis detallado del estado de la comunicación interna y su relación con el clima y la cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del Municipio de Ocaña lo que permitirá determinar cómo la comunicación interna es competente frente a la generación de las variables necesarias para beneficiar o estropear el ambiente de trabajo, las relaciones entre sus empleados y a su vez ser capaz de crear afectaciones en el desempeño cotidiano.

1.2. Formulación del problema

¿Cuál es el estado y la planeación de la comunicación interna, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

Crear el Plan Estratégico de Comunicación Interna del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2. Objetivos específicos.

Realizar un diagnóstico sobre las condiciones actuales de la comunicación, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Analizar las condiciones internas de la comunicación, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Diseñar acciones comunicacionales para fortalecer y/o mejorar las condiciones de los elementos estudiados.

1.4. Justificación

La presente investigación tiene como fundamento la importancia de la comunicación en los seres humanos; debido a que esta es necesaria e imprescindible para desarrollo propio y su prolongación; la mala comunicación en las organizaciones se da por el mal manejo de la misma, llevando a la reducción de la productividad y por ende la disminución de las ganancias, además, generan efectos negativos como la frustración e inestabilidad que entorpecen el desarrollo integral de la entidad.

La comunicación interna en una organización, es de gran valor para evaluar el funcionamiento de la misma y conocer sus debilidades y fortalezas. De esta manera se plantea por medio de una encuesta; el evaluar las condiciones en las que se encuentra la comunicación a nivel interno y su efecto directo en el clima organizacional y estará dirigida a los empleados del Hospital Emiro Quintero Cañizares, con el fin de diagnosticar de manera precisa si afecta positiva o negativamente el funcionamiento de la entidad.

Es importante resaltar que la comunicación interna es el elemento en la organización, con mayor importancia dentro de sí misma, que ayuda a establecer las tareas, los objetivos, metas y

también busca fiscalizar las actividades que se desarrollan diariamente, así como a nuevos líderes y motivar al equipo de trabajo en general. La buena utilización de esta herramienta genera mayor motivación en el personal haciendo que este logre trabajar sin contratiempos, desarrollando sentido de pertenencia en la organización, y el manejo de un mismo lenguaje que lleva a cumplir con eficiencia y eficacia los objetivos planteados por la institución.

Una herramienta fundamental en las organizaciones es el clima organizacional y la cultura organizacional, estas ayudan a que la empresa genere en sus empleados buenas o malas percepciones de ella, que se pueda lograr un buen ambiente para que los objetivos de la empresa se puedan cumplir armoniosamente. Investigar sobre cultura y clima organizacional, facilita la obtención de aspectos claves que puedan estar socavando de manera constante en el ambiente laboral de la organización, afectando de diferentes maneras el clima que en ella se respira.

Es decir, el clima organizacional se refiere a situaciones y sensaciones momentáneas, que pueden ser solucionadas en el instante o a corto plazo sin son expresadas por los colaboradores. Por consiguiente, el clima organizacional está íntimamente relacionado con las personas con las que se interactúan.

Mientras que la cultura organizacional se refiere más a un grupo de valores, creencias y hábitos generales, establecidos en la organización. De igual manera la cultura organizacional no es un estado momentáneo si no duradero, y para solucionar problemas de esta índole se necesitan de medidas de tratamiento mucho más agresivas que en el clima organizacional. (Fierro, 2013, pág. 5)

Para generar un cambio o dar una solución coherente con las afectaciones que puedan ser encontradas dentro de la entidad, es trascendental ser eficientes en cada uno de los análisis y presentación de propuestas. Para lograr resultados satisfactorios es importante dar a conocer y mostrar la importancia de realizar la investigación de manera adecuada a cada uno de los miembros de la institución, con la finalidad de llegar a la obtención de resultados satisfactorios, interna y externamente.

Realizar dicha investigación facilita forjar dentro de la zona intervenida, todos los conocimientos adquiridos durante los semestres de vida universitaria. En múltiples oportunidades la población afirma que la comunicación no es de gran relevancia para la formación y desarrollo integral de los seres humanos y por consiguiente dentro de un ambiente laboral, pero ¿Alguna vez nos hemos detenido a reflexionar por un momento cual es el poder y impacto de la comunicación en la vida real? La comunicación siempre debe ser utilizada para generar soluciones prácticas y estrategias que beneficien a los interesados.

En el caso contrario, fallas en la comunicación generan problemas que acrecientan el debilitamiento en todos los procesos. Aunque el clima organizacional o ambiente laboral es impalpable, es incuestionable que este se logra percibir al interior de la compañía, al igual las consecuencias de una mala orientación comunicacional, tornándose como se menciona coloquialmente en un ambiente pesado, dibujando en el rostro de los empleados el poco interés, la ineptitud, la decadente productividad y la falta de responsabilidad, afectando la empresa de manera desmesurada.

Dentro de las relaciones humanas la comunicación es la fuente de interacción primaria, que permite el perfeccionamiento de las capacidades con las que cuenta cada ser para desenvolverse. Los medios de comunicación logran a través de sí mismos, generar un proceso de interacción

entre las personas, donde pueden satisfacer cada una de las necesidades puntuales a las que se ve sometido constantemente, además de recibir afecto e interactuar de manera congruente con otros individuos.

Es por esto que el área de comunicaciones en una organización es de sumo valor, ya que a través de diversas investigaciones se ha logrado identificar la necesidad de mantener informados a los trabajadores, creando de esta manera una estrategia donde el empleado se convierta y se sienta una pieza clave para la compañía. Para esto, todo el personal debe tener claro, la misión y visión, los objetivos, las metas y políticas que operan en cada área a la que pertenecen, el cómo puede contribuir a mejorar la situación actual y disminución de gastos innecesarios, evaluándose mediante reuniones mensuales la evoluciones y situación interna, generando una mayor participación, donde cada individuo y dependencia pueda despejar cualquier inquietud que tenga; fortaleciendo de manera constante el sentido de pertenencia, evadiendo la instauración de chismes y rumores que deterioran el clima laboral.

La presente investigación tiene como objetivos el identificar las estrategias implementadas en el Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña en cuanto a comunicación interna se refiere, con el fin de conocer los parámetros, planes de desarrollo, estrategias comunicacionales, medios de comunicación e información laboral otorgada por la misma compañía.

Es prioritario para todas las empresas darse a conocer, “vender” su actividad y hacer Marketing de su gestión; por tal motivo un plan estratégico de comunicaciones permitirá fijar una línea de propósitos que determine cómo se pretende lograr los objetivos.

La necesidad de comunicar, de transmitir al exterior y al interior de la institución, debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación

y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno que pudieran influir en el proceso. (Saiz, 2008)

Necesidad que facilita a las organizaciones objeto de estudio el permanecer en el mercado y recibir la aprobación de la sociedad a la cual se ofrece el servicio.

A través de esto, se planea realizar un análisis de la percepción de los empleados frente a dichas estrategias de comunicación interna, permitiendo visualizar las falencias comunicativas, para de esta manera diseñar un plan estratégico de comunicaciones a partir de los datos obtenidos. Es clave fijar un horizonte transitorio debido a que dicho proceso se verá reflejado en un futuro parcialmente inmediato. Por tal motivo, se deben plantear opiniones básicas de cada uno de los temas tratados, como lo son el clima, la cultura y por supuesto la comunicación interna, entre otros, acordándose previamente el periodo de tiempo para el logro de los objetivos implantados en el plan estratégico de comunicaciones.

Este origina beneficios congruentes con la capacidad de gestionar con eficiencia cada paso a realizar, liberando recursos humanos y materiales, así como promoviendo la participación del receptor, con la finalidad de mejorar las condiciones laborales en cuanto a comunicación, clima y cultura organizacional se refiere, y a su vez, la percepción del público frente a la imagen corporativa y un excelente servicio al cliente y formar estrategias que potencien el rendimiento de las actividades realizadas por el personal adscrito a cada dependencia, para lograr en ellos apropiación y una mejor calidad de servicios en la institución.

1.5. Delimitaciones

1.5.1. Delimitación operativa.

En este proyecto de investigación entre las posibles limitaciones que se puedan presentar a la hora de ejecutar, encontramos las siguientes: difícil acceso a las instalaciones, permiso limitado para obtener la información, restricción de áreas específicas del hospital, rechazo por parte de empleados y posible manipulación de la información.

1.5.2. Delimitación conceptual.

En este proyecto de investigación se abordarán conceptos como clima organizacional, comunicación interna, auditoría de la comunicación, cultura, identidad corporativa, marca y plan estratégico de comunicaciones.

1.5.3. Delimitación geográfica.

Este proyecto de investigación se ejecutará en el Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1.5.4. Delimitación temporal.

Este proyecto de investigación se llevará a cabo durante 20 semanas.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1. Marco histórico

De acuerdo con el académico Alfredo Jácome Roca, luego de la llegada de los primeros conquistadores a nuestro continente, se encontró con que el manejo de las enfermedades que padecían los aborígenes para esa época, era responsabilidad y solo la ejercen los chamanes, quienes eran una especie de médicos sacerdotes que combinaban el uso de hierbas medicinales y materiales orgánicos con conjuros que pedían a los dioses la curación de cada paciente.

Durante las cruzadas, la misión principal de las órdenes religiosas era cuidar de los enfermos. Se dedicaron a construir un gran número de hospitales, especialmente en la zona del Mediterráneo. La orden más famosa en realizar estas obras fue la de los Caballeros de San Juan de Jerusalén. Durante toda la edad media, el renacimiento, e incluso después, los hospitales fueron dirigidos casi en su totalidad por comunidades religiosas

El primer hospital en nuestro territorio se levantó en Santa María la Antigua del Darién, ciudad fundada por Vasco Núñez de Balboa; fundando el primer nosocomio a manos de su yerno Pedrarias Dávila, bajo la protección de Santiago Apóstol en 1513, el cual contó con cincuenta camas. Ejercieron allí Pedro Álvarez Chanca (quien vino como físico en el segundo viaje de Colón), Rodrigo de Barreda y el maestro y cirujano Alonso de Santiago. Sobra contar que las enfermedades, animales feroces, venenosos y el clima tropical, ardiente, húmedo y extremadamente insalubre, arrinconaron a estos primeros conquistadores, por lo que once años después el hospital se trasladó a Panamá, donde –después de decapitar a Balboa- tomó el mando Pedrarias.

Jiménez de Quesada trajo consigo al bachiller Antonio Díaz, quien ejerció como médico, pero sin título. Y otros hechos que marcaron la historia hospitalaria en lo que conocemos hoy como Colombia. Se crearon otros centros, como el Hospital Real de Popayán (1713), manejado por los betlemitas, el Hospital San Juan de Dios, fundado en Santiago de Cali por el médico Leonardo Sudrot de la Garda en 1753, que luego fue manejado también por la orden hospitalaria, la apertura de la primera botica, de los padres dominicos en el año de 1763, el Hospital de Cúcuta, de los hermanos hospitalarios de San Juan de Dios, inició labores en 1801, con el legado de don Antonio Fernández de Novoa, el Hospicio Hospital del Sagrado Nombre de Jesús, fundado en 1802 por Pedro Martínez de Pinillos en Mompo, que tenía como objetivo servir (más adelante) de universitario para la facultad reunida físico-médica. Siendo estos hospitales en muchos casos, conventos de los hermanos hospitalarios, y hospitales manejados por otras órdenes.

Al igual que con la fundación de Ocaña, la ciudad de Pamplona jugó un papel muy importante en materia de salud con la fundación del primer Hospital denominado SAN JUAN DE DIOS, en 1622 en la ciudad de Pamplona, por la comunidad de los hermanos de San Juan de Dios, se hace necesario fundar uno en la ciudad de Ocaña, es así que desde Pamplona, se trasladan seis (6) religiosos en el año 1645 y fundan un hospital manicomio que además prestaba los servicios en Medicina General, dicho centro hospitalario funcionó poco tiempo en una casa ubicada en el Barrio San Agustín cerca al convento de la capilla de San Sebastián; este Hospital se terminó debido a las guerras de la época y a la expulsión de los religiosos de la Nueva Granada.

Luego a Medios del siglo XVIII, se fundó una clínica que también funcionó en el barrio San Agustín, más concretamente en la casa de los colobon, donde funcionaba la panadería la insuperable, y quien fuera propietario el controvertido presbítero para buzeta.

En el año 1888 llegó a Ocaña, el pavoroso azote de la fiebre amarilla, dejando la ciudad reducida a menos de su tercera parte; ante esta epidemia y desolación y ante la ausencia de una Institución Hospitalaria, mediante Decreto Eclesiástico N° 203 de 1890 emanado de la Diócesis de Santa Marta se autorizaba al párroco Rafael Celedón de la parroquia de Santa Ana de Ocaña, la creación del Hospital de Caridad Santa Ana de Ocaña, con escritura pública N° 445 del 25 de julio de 1890, el cual inició labores el 1 de febrero de 1891 en el sitio denominado “El Llano de Echavez”.

La Resolución N° 06 del 16 de marzo de 1937 del Consejo Municipal de Ocaña, cambia su nombre por el del Hospital Civil de Ocaña y faculta al director del mismo.

La Resolución Ejecutiva N° 90 del 18 de septiembre de 1939, le concede Personería Jurídica.

Desde diciembre de 1955, ofrece sus servicios en el local donde actualmente funciona, adoptando el nombre de Hospital Emiro Quintero Cañizares, por Resolución. N° 23 de 1960. El Doctor Emiro Quintero Cañizares, en su condición de secretario general de Salud hizo posible su construcción y dotación.

El acuerdo del Concejo Municipal N° 27 de 1938 establece los estatutos que posteriormente fueron reformados por la Resolución N° 001 DE 1960, emanada de la Junta Directiva y que define claramente su finalidad.

Su nivel de atención se determinó en 1960, cuando Norte de Santander fue tomado como uno de los Departamentos de prueba en la implantación de la regionalización según el plan Piloto estructurado por Min salud, O.P.S, UNICEF, con el fin de descentralizar las cuatro (4) especialidades básicas: Cirugía, Medicina Interna, pediatría y Gineco- Obstetricia.

En el año de 1990 se inician los trabajos de remodelación que se terminan a finales de 1995. Se le da vida jurídica como una empresa social del estado según ordenanza 060 del 29 de diciembre de 1995 emanada de la honorable Asamblea del Norte de Santander.

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares es actualmente Hospital de II Nivel de atención, es Hospital de referencia para los Municipios de Ocaña, Abrego, Hacarí, La playa, Teorama, San Calixto, Convención, El Tarra, El Carmen, Cáchira, y la Esperanza en el Departamento de Norte de Santander, y de los Municipios de Río de Oro y Gonzales del Departamento del Cesar.

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares es actualmente Hospital de II Nivel, es el centro asistencial más importante de la provincia de Ocaña ya que tiene una cobertura aproximada de 300.000 mil usuarios tiene como misión la prestación de servicios de salud con atención humanizada, dignidad, eficiencia, integridad y calidad de toda la población de Ocaña y municipios vecinos, que además ofrece servicios de promoción y prevención realizando visitas a diferentes zonas del área rural y puestos de salud.

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares se encuentra en un momento trascendental e importante en su historia siendo el líder en el sector a través de la prestación de servicios, brindando atenciones en salud a miles de ciudadanos en condiciones de eficiencia, oportunidad y calidad, con buen nivel científico y realizando un aporte significativo al desarrollo de la región.

Como ya es sabido ante la permanente generación de cambios y transformación institucional tan profunda en el sector que se desenvuelven las entidades, ya sea jalonadas por la implementación de nuevas normas, la adopción de correctivos oportunos en cumplimiento de la legislación vigente, es de vital importancia para nosotros como IPS trabajar arduamente en la calidad de la prestación de servicios hacia nuestros clientes como compromiso para satisfacer la población en sus necesidades de salud en todas las fases.

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares también cuenta con una infraestructura que dispone de confortables instalaciones físicas y personal altamente calificado garantizando calidad en el servicio prestado.

Teniendo como precedente que toda organización necesita fortalecer los procesos de comunicación interna y del clima organizacional, se pretende con este proyecto profundizar estos temas, diagnosticando de manera precisa la influencia del clima organizacional como incidencia en la comunicación interna de la compañía. A continuación, se presentan algunos resúmenes de proyectos relacionados con la investigación.

Para el año 2015, Edith Águeda Zulli realizó una investigación llamada “diagnóstico comunicacional de la comunicación interna en xerox Córdoba” En toda empresa existe lo que se denomina cultura empresarial o corporativa, y ésta posee determinadas reglas, objetivos, valores y misión hacia dónde se quiere orientar la empresa. En Xerox, para que se puedan cumplir con los valores y la misión de la compañía es necesario que los recursos que se utilizan para comunicar internamente funcionen con eficacia. Una empresa con problemas de comunicación no logrará alcanzar sus objetivos. (Zulli, 2015)

Fernando Flores plantea una teoría acerca de la “organización” esta nos permite abordar este diagnóstico desde una perspectiva que reconoce al lenguaje como constructor de la realidad

y a la comunicación como espacio de acción, como generación de compromisos sociales. De esta forma “la organización” no se la entiende como un conjunto de individuos con una meta en común, sino como una red de conversaciones, de compromisos lingüísticos y de actos de habla orientadas hacia la ejecución con éxito de acciones. Nada ocurre dentro de la organización sin el lenguaje (Flores; 1994).

En enero del 2014, se realizó en la Universidad técnica de Ambato facultad de ciencias administrativas del Ecuador el proyecto de investigación: la comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa san miguel drive, realizado por Balarezo Toro Byron David; el objetivo de este trabajo fue identificar de forma técnica el problema latente, sus causas y efectos así como el diseño de una propuesta que sirva como guía para que la organización pueda tomar las medidas pertinentes. Esta investigación se realizó dentro del campo comunicativo y organizacional; por lo tanto, tiene una explicación cualitativa, porque se analizó detenidamente la Comunicación Interna y el Desarrollo Organizacional (David, 2014).

El interés de la presente investigación está fundamentado en poder brindar una solución a la problemática en curso. En la actualidad hay que ser dinámicos y precisos en el análisis y presentación de propuestas sabiendo a ciencia cierta cómo se puede generar un cambio o dar una solución, por tal motivo es necesario concientizar a todas las personas de la organización sobre la importancia de realizar esta investigación que conlleve a resultados satisfactorios.

Como ejemplo se puede analizar la investigación realizada en el mes de junio del 2014, diagnóstico del clima organizacional del hospital central de las fuerzas armadas de Paraguay en el instituto de investigación en ciencias de la salud de la universidad nacional de asunción. A cargo de los investigadores Noguera Arzamendia JRI y Samudio M; este proyecto se realizó para

poder determinar la percepción del clima organizacional en sus diversas dimensiones del personal sanitario y administrativo del Hospital Central de las Fuerzas Armadas. El estudio es de tipo observacional descriptivo de corte transversal con componente analítico, La recolección de los datos se realizó mediante una encuesta autoadministrada, Se obtuvieron niveles insatisfactorios en todas las dimensiones estudiadas relacionadas al clima organizacional en el personal del Hospital Militar. Es necesario que se tomen medidas pertinentes que ayuden a mejorar la percepción de los empleados hacia la organización del hospital. (Arzamendia, s.f.)

La especial 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 dichos factores. Sin embargo, estas percepciones dependen en buena medida de las actividades, interacciones y otras experiencias que cada miembro tenga con la empresa. De ahí que el clima organizacional refleja la interacción entre características personales y organizacionales. Se asume que él es un factor determinante en el logro de los objetivos de las instituciones. (Arzamendia, s.f.)

El 12 de diciembre del 2016, Adriana del Pilar Casas Henao perteneciente a la Procuraduría General de la Nación y José Jorge Roca Martínez a la Superintendencia de Puertos y Transporte. Realizaron el artículo diagnóstico de la comunicación interna y la participación en sistemas de gestión de la calidad en dos entidades del sector público colombiano. Abordando el diagnóstico de la gestión de la comunicación interna frente a su papel para promover que los servidores participen en la implementación de los sistemas de gestión de la calidad en dos entidades públicas que usaron la Norma Técnica de Calidad y Gestión Pública; Para ello la comunicación interna se analiza desde sus dimensiones estratégica, operativa, cultural y de

aprendizaje, y considerando factores como la comprensión, el compromiso, la toma de conciencia, el sentido de pertenencia e incidencia. (Henao, 2016)

Logrando obtener conclusiones como la existencia de debilidad en los flujos de información de doble vía, que deberían facilitar la retroalimentación, tanto de la gestión institucional como del SGC, incide en el significativo nivel de insatisfacción que se percibe frente a la comunicación interna y a la información.

Se llevó a cabo, en noviembre del 2014 en la Universidad de San Carlos de Guatemala, la investigación; “incidencia de la comunicación en el clima organizacional entre directores y personal administrativo”, fue realizado por la investigadora Estrella Linares Villagrán, cuyo objetivo es determinar la incidencia de la comunicación en el clima organizacional entre directores y coordinación técnica administrativa del municipio de San Lorenzo, Suchitepéquez. (Villagrán, 2014)

Del mismo modo, entre enero y junio del 2016 se realizó una investigación; Creación de un cuestionario de clima organizacional para hospitales de alta complejidad en Chile, bajo la dirección de Miguel Alejandro Bustamante, María del Carmen Lapo, Maderline Lissette Grandón Avendaño, se propuso crear un cuestionario validado para medir el clima organizacional en hospitales de alta complejidad, La investigación es de tipo descriptivo, cuantitativo e inferencial y se realizó sobre una base de datos de 561 empleados hospitalarios; La aplicación del instrumento, así como los estudios de validez y de confiabilidad, permitieron dar origen a un nuevo cuestionario validado para la institución. (scielo, 2016)

Por otro lado, en el 2017 en el Perú en la universidad César Vallejo, a cargo del Mgtr. Gladys Calixto Velez, esta investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la comunicación organizacional y la capacitación en el clima laboral del personal administrativo del

Instituto Peruano del Deporte, 2016. La investigación fue básica, de enfoque cuantitativo, descriptiva explicativa, de diseño no experimental, transversal, de regresión logística binomial multivariante. La muestra fue probabilística, de muestreo aleatorio constituida por 205 trabajadores administrativos del Instituto Peruano del Deporte a quienes se les aplicó los Cuestionarios de Comunicación Organizacional de Capacitación y de Clima laboral. (Vélez, 2017)

A partir del trabajo de investigación sobre el “análisis de la incidencia de la comunicación en la reputación interna en dos medianas empresas de la ciudad de Medellín” se pretende validar o refutar la hipótesis que se centra en advertir que para este estrato empresarial la comunicación sigue siendo más un proceso operativo que estratégico que no tiene un peso determinante en la creación y consolidación de una buena reputación interna. (Cardona, 2013)

EL nivel de importancia de la comunicación debe partir de la necesidad de la dirección de hallar un marco de actuación para establecer relaciones con públicos internos y externos, de manera coherente, ya que la gran variedad de recursos internos que trabajan bajo la misma óptica de la comunicación (publicidad, mercadeo, relaciones públicas etc.), puede inducir a una visión fragmentada o contradictoria de la comunicación de la empresa.

La comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende.

Desde una perspectiva más técnica, se define como un proceso continuo en donde se producen espacios de sintonía cordial interactiva entre dos transceptores: los stakeholders y la empresa. Cuando el acto comunicativo ocurre, la transacción de mensajes coproducidos se

genera a través de una relación no lineal de las partes: por un lado, un sujeto que “busca y analiza significado”, y del otro, una organización que “quiere significar” y para ello analiza los retornos y busca los códigos apropiados para generar una interacción continua con los primeros.

Ahora bien, no se debe olvidar que la comunicación no es sólo función de un departamento, sino que debe asumirse por cada jefe y su equipo. Por lo que la existencia de estos departamentos puede ser tanto un reflejo de la importancia concedida a la comunicación como un indicador de los déficits que se producen en otras partes del sistema. (Puyal, 2001)

Ahora bien, no se puede olvidar que la comunicación no sólo es función de un departamento,

Este diagnóstico es de gran utilidad porque a través de él es posible identificar con precisión los componentes que obstruyen y afectan el adecuado desarrollo del tema de estudio, en la consecución de los objetivos (misión – visión) y el clima organizacional; y de esta manera sentar las bases de un plan integral que lleve al mejoramiento de las relaciones, el buen desarrollo de los mecanismos internos y el uso de las herramientas comunicativas mediante las cuales circula la información en la organización.

2.2. Marco contextual

El Hospital Emiro Quintero Cañizares, entidad prestadora de servicios de salud del municipio de Ocaña, Norte de Santander, Colombia. Se encuentra ubicada en dirección: Calle 7 # 29-144 Barrio La Primavera, pasos arriba de la droguería X, frente al centro de convivencia ciudadana del mismo municipio; el Hospital que es el contexto de estudio para la investigación la cual cuenta con acceso controlado para automotores, rampas para personas en situación de

discapacidad y amplias instalaciones que ofrecen a sus clientes mayor comodidad y desplazamiento dentro y fuera de este.

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares es actualmente Hospital de II Nivel de atención, es el Hospital de referencia para los Municipios de Ocaña, Abrego, Hacarì, La playa, Teorama, San Calixto, Convención, El Tarra, El Carmen, Cáchira, y la Esperanza en el Departamento de Norte de Santander, y de los Municipios de Río de Oro y Gonzales del Departamento del Cesar. Es el centro asistencial más importante de la provincia ya que tiene una cobertura aproximada de 300.000 mil usuarios tiene como misión la prestación de servicios de salud con atención humanizada, dignidad, eficiencia, integridad y calidad de toda la población de Ocaña y municipios vecinos.

Enfocándose para el año 2023 en su visión el ser reconocido en el Nororiente Colombiano como una institución líder en salud, en la prestación de servicios, modelo en la atención, acreditada, promoviendo la gestión del conocimiento a través de la atención humanizada para mejorar la salud de la comunidad, enfocada a la población materno-infantil. (Cañizares, s.f.)

El (H.E.Q.C.), como es su sigla corporativa, ofrece distintos sistemas de comunicación como son teléfono: **(7) 5636330**, email: **contactenos@heqc.gov.co** - notificaciones Judiciales: **notificacionesjudiciales@heqc.gov.co** y un horario de atención: lunes a miércoles de 7 am a 12 m y de 2 pm a 6 pm jueves de 7 am a 12 m y de 2 pm a 5:30 pm viernes de 7 am a 12 m y de 2 pm a 5 pm.

La entidad prestadora de servicios de salud, tiene un variado número de objetivos, que contribuyen a la construcción de un mejor servicio para todos.

Son objetivos los siguientes:

Contribuir al desarrollo social de la región mejorando la calidad de vida, y reduciendo la morbilidad, la mortalidad, la incapacidad y la angustia evitables en la población usuaria, en la medida en que esto esté a su alcance.

Producir servicios de salud eficientes y efectivos, que cumplan con las normas de calidad establecidas de acuerdo con las reglamentaciones que se expidan para tal propósito.

Garantizar, mediante un manejo gerencial adecuado, la rentabilidad social y financiera de la empresa.

Ofrecer a las Empresas Promotoras de salud y demás personas naturales o jurídicas que lo demandan, servicios y paquetes de servicios a tarifas competitivas en el mercado.

Satisfacer los requerimientos del entorno, adecuando continuamente sus servicios y funcionamiento.

Garantizar los mecanismos de participación ciudadana y comunitaria establecidos por la ley y los reglamentos.

Prestar servicios de salud que satisfagan de manera óptima las necesidades y expectativas de la población en relación con la promoción, el fomento y la conservación de la salud y la prevención, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad.

Satisfacer las necesidades esenciales y secundarias de salud de la población usuaria a través de acciones gremiales, organizativas, técnico-científicas y técnico-administrativas. (E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares, 2018)

Objetivos que, para el tema de investigación, son fundamentales y necesarios frente a la construcción de estrategias que ayuden en el mejoramiento del servicio, interacción entre empleados, un clima armónico y una cultura organizacional donde prime el buen servicio y una

sana convivencia, a través de la comunicación, mediante canales de transmisión de información idóneos y una comunicación interna asertiva.

Así mismo la entidad, los diferentes departamentos y el personal que en él se encuentra, debe cumplir con los deberes y derechos implantados en la norma institucional.

Todos estos basados en los principios definidos como reglas o normas generales que rigen el pensamiento o la conducta, orientan la acción y no son negociables.

El primero de ellos es el respeto, debido a que es la actitud en el reconocimiento de los intereses y sentimientos del otro, valorando los derechos, condición y circunstancias de las personas.

El segundo es la Honestidad, puesto que cada persona del Hospital sustenta una gestión transparente en cada una de sus actuaciones, racionalizando la utilización de los recursos y empleándolos únicamente para el logro de los objetivos y fines institucionales.

El tercero, la Solidaridad, se ajusta a la práctica de la mutua ayuda, aplicada en el Hospital, entre las personas, las instituciones, los sectores económicos, las regiones y las comunidades bajo el mismo esquema donde el más fuerte apoya al más débil. El cuarto la Equidad, mediante la prestación de servicios integrales de salud con responsabilidad y valoración de la igualdad de los clientes o usuarios del Hospital que lo requieran, sin que medien barreras culturales, sociales, geográficas, económicas u organizacionales.

Por último, pero no menos importante la Lealtad, definida por tres valores adheridos a ella como lo son la fidelidad, prudencia y aceptación de los vínculos implícitos que caracteriza a las personas del Hospital, respecto de las ideas con la cuales se identifican o no; logrando un alto sentido de pertenencia, lo cual permite el cumplimiento de las labores diarias.

2.3. Marco conceptual

Revisando diferentes teorías que nos dan pie a nuestro tema de investigación, podemos resaltar algunos conceptos planteados por diferentes teóricos, que nos ayuda a tener mayor claridad para el desarrollo de nuestra investigación.

Clima organizacional. Para Tagiuri (1968) Como “una cualidad relativamente perdurable del ambiente interno de una organización que experimentan sus miembros e influyen en su comportamiento, y se puede describir en términos de los valores de un conjunto específico de características o atributos de la organización”. (Gilmer, 1964) definen al clima laboral “como el conjunto de características que describen a una organización y que la distinguen de otras.

En otra perspectiva el clima organizacional es el patrón de características organizativas con relación a la calidad del ambiente interno de la institución, el cual es percibido por sus miembros e influye directamente en sus actitudes. (Pace, 1968). Estos conceptos, nos permiten establecer que el clima organizacional es la interacción de las personas que complementan una empresa mediante el esfuerzo de lograr los objetivos de la cooperativa.

Cultura organizacional. (Stephen, 1978, págs. 439-440), la cultura organizacional "...es la que designa un sistema de significado común entre los miembros que distingue a una organización de otra...", dicho sistema es tras un análisis detenido de las características que considera la organización. Julia, Daniel y Raquel (Citado en Mirón et al., 2004) Expresa que “La cultura organizacional se suele entender como los valores, creencias y principios fundamentales que comprenden los miembros de la organización”. Así mismo (Denison, 1989) afirma que “la cultura organizacional se refiere a los valores, las creencias y los principios fundamentales que constituyen los cimientos del sistema gerencial de una organización”.

De igual modo el Denison autor “la considera como punto de partida que los valores, creencias y los significados que fundamentan un sistema social son la fuente primordial de una actividad motivada y coordinada” (Denison, 1989, pág. 2) por lo tanto, podemos concluir que la cultura organizacional es un conjunto de valores, principios y creencias que cada uno de los miembros de la empresa deberá tener.

Comunicación organizacional. El autor (REBEIL, 2010, págs. 87-88) considera a la Comunicación Organizacional como un “proceso mediante el cual un individuo o una de las unidades de la organización se pone en contacto con otro individuo u otra unidad”. Fernández Collado define la comunicación organizacional como “el conjunto de total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

Por su parte, Trelles asevera que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no solo se refiere a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes. Por lo que podemos decir, que la comunicación organizacional es el conjunto de mensajes y comportamientos que se transmiten en una organización.

Capriotti en su libro presenta el concepto de comunicación interna como el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades. (Capriotti, Branding Corporativo, 2009, pág. 39)

De igual manera, la comunicación interna como dice (Jiménez) en su libro La Comunicación Interna “es un recurso gerencial en orden a alcanzar los objetivos corporativos y

culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones.”

Por lo tanto, podemos decir que la comunicación interna se da debido a las necesidades que tiene la compañía para motivar su recurso humano, por eso la comunicación debe estar dirigida al trabajador lo que es comunicación interna.

Al hablar del plan estratégico de la organización, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado “hoy” en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual del plan estratégico), para lograr una organización más competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de intereses (stakeholders). (Vicuña, 2012)

(Dess, 2003) “entiende por plan estratégico el conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo”. (Bonilla, 2003) define “el plan estratégico de manera similar considerándolo como el proyecto que incluye un diagnóstico de la posición actual de una entidad, las estrategias y la organización en el tiempo de las acciones y los recursos que permitan alcanzar la posición deseada”.

El plan estratégico es una herramienta que ayuda a las organizaciones a crear un conjunto de decisiones y acciones que tiene que tener en cuenta para un futuro, en donde se pueda lograr lo que la empresa tiene planeado.

2.4. Marco teórico

Estos tiempos, en donde los valores han evolucionado de manera rápida y los recursos se vuelven insuficientes, es más necesario comprender eso que influye en el rendimiento de las personas en el trabajo. Desde principios del siglo XIX, diferentes investigadores han puesto en evidencia la importancia de los componentes físicos y sociales sobre el comportamiento humano.

En la medida que se manifiesta la comunicación organizacional como sistema, se puede estudiar como un proceso, para así, ser analizada de una manera más completa dentro de su zona, donde el dinamismo de la esta ayuda a que los procesos comunicacionales. Tiene también la ventaja de que estudiar la organización como una serie de sistemas sobrepuestos es posible examinar la comunicación en diferentes modalidades.

Es de esta manera que el clima organizacional logra determinar la forma en que un individuo percibe su trabajo; su rendimiento, su productividad y por supuesto su satisfacción laboral.

Comunicación organizacional

La comunicación organizacional es el proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una compleja organización. Este proceso puede ser interno, pues se basa en las relaciones al interior de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones). Si extendemos la concepción de las comunicaciones, la comunicación organizacional puede ser entendida como el proceso de creación, circulación y consumo de significados entre una empresa y sus públicos.

(Jablin, 1986) y (Corella, 2000) “señalan que en el desarrollo de las diferentes teorías de la comunicación se encuentran de manera implícita en los modelos desarrollados desde el

nacimiento mismo de la teoría administrativa y de la teoría de la organización, es decir desde la administración científica de Taylor y la administración clásica de Fayol”.

De esta manera la teoría de la administración científica, señala que la mejor forma de organizar cualquier tipo de trabajo consiste en la consideración de factores como: la psicología humana, especialización en función de las tareas y ciertos principios de la motivación humana. Basada en las recompensas materiales o económicas, se da primordial importancia a la retroalimentación, así como el modelo vertical donde la autoridad juega un papel fundamental en una organización. (Taylor, 1911)

Las aportaciones de Fayol y la administración clásica (Fayol, 1949), consisten en la formulación de principios de administración relacionados con la estructuración de las tareas y autoridad dentro de las organizaciones, destacándose de entre ellos los conceptos de unidad de dirección, cadena en escalafón y unidad de mando, todos relacionados con la comunicación vertical en sentido descendente.

El paradigma de las estructuras piramidales en las organizaciones se sostiene con la base de supuestos de eficiencia de comunicación vertical, que agrupa los controles y las decisiones en función de precisas reglas y reglamentos, y donde los principios que mueven la disposición de los individuos se basan en las recompensas materiales o motivaciones extrínseca.

Esta última se da, en el despertar del interés motivacional de la persona mediante las recompensas externas, como ejemplo dinero y ascensos. Otra característica de la motivación extrínseca es que los motivos que impulsan a la persona a realizar la acción son ajenos a la propia acción, esto quiere decir, que se determinan recompensas externas. Con el fin de obtener esos intereses o recompensas, y no la propia acción en sí.

Por su parte, las organizaciones obtienen una representación más fluida y comienzan a considerarse como sistemas abiertos a las variadas influencias presentes en el contexto en que se desarrolla y, por lo tanto, en constante transformación.

(Kahn K. y., 1966) en su concepción de sistemas, plantean que las organizaciones están compuestas de partes interdependientes que no se pueden comprender en su aspecto aislado sino en relación a la totalidad que las contiene, cualquier cambio en alguna de las partes de una organización implica una reestructuración de las restantes.

Básicamente para Katz y Kahn la comunicación organizacional consiste en “el intercambio de información y la transmisión de significados, lo cual producirá la naturaleza, la identidad y el carácter de un sistema social o de una organización.

Hoy en día la Comunicación Organizacional es fundamental para todo tipo de empresa, ya que se entiende, según (Collado, s.f.), como: Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización (Fernández, 1996, pág. 16)

El problema de la mayoría de las organizaciones es que no le dan la suficiente relevancia sobre lo que realmente significa la comunicación dentro de una empresa, la cual al implementarla mejorará el desarrollo conjunto de todos los departamentos de la compañía, evitando un estancamiento corporativo.

Clima organizacional

El término clima organizacional, se refiere al ambiente de trabajo propio de la organización. Dicho ambiente ejerce influencia directa en la conducta y el comportamiento de

sus miembros. En tal sentido, se puede manifestar que el clima organizacional es el reflejo de la cultura más profunda de la organización. En este mismo orden de ideas es pertinente señalar que el clima determina la forma en que el trabajador percibe su trabajo, rendimiento, productividad y satisfacción en la labor que desempeña.

El comportamiento de un individuo en su trabajo debe considerarse según (Lewin, 1951), estipula que el comportamiento está en función de la persona y su entorno.

En efecto, toda situación de trabajo implica un conjunto de factores específicos en el individuo, tales como: actitudes, características físicas, psicológicas y, es decir que la forma de comportarse de una persona en su trabajo no depende solo de sus características personales, sino de la forma en que éste percibe su clima de trabajo y los componentes de su organización.

(Likert, 1967) Sostiene que en la percepción del clima de una organización influyen variables tales como: la estructura de la organización y su administración, las reglas y normas, la toma de decisiones, etc. Estas son variables causales. Otro grupo de variables son intervinientes y en ellas se incluyen las motivaciones, las actitudes, la comunicación.

Finalmente, Likert indica que las variables finales son dependientes de las dos anteriores y se refieren a los resultados obtenidos por la organización. En ellas, se incluyen la productividad, las ganancias y las pérdidas logradas por la organización.

Estos tres tipos de variables influyen en la percepción del clima, por parte de los miembros de una organización. Para Likert es más importante que se trate la percepción del clima, que el clima en sí, por cuanto él sostiene que los comportamientos y actitudes de las personas son una resultante de sus percepciones de la situación y no de una situación objetiva.

El psicólogo estadounidense (Gregor, s.f.), afirma con indiscutibles argumentos que de la teoría del comportamiento humano se desprenden la mayoría de las acciones administrativas.

El comportamiento organizacional es uno de los principales enfoques para estudiar 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 misma (R., 1999). Por ello, es importante tratar de entender, dentro de un hospital, el comportamiento del personal con el fin de hacerlo más eficiente y mejorar el servicio que se proporciona al usuario.

2.5. Marco legal

La comunicación en Colombia es un derecho que todos los colombianos tenemos de expresarnos libremente como lo dice el artículo 20 de La Constitución Política de Colombia, toda persona tiene derecho de expresar su pensamiento y opiniones libremente (siempre y cuando no afecte a las demás personas) haciendo uso de los medios de comunicación, también tiene derecho a recibir información fidedigna. Por consiguiente, el gobierno tiene la obligación de difundir estas señales de comunicación en todo el territorio nacional incluyendo las zonas de difícil acceso, además las emisoras y televisoras tienen que garantizar que la información que se entregue por parte de sus programas sea veraz e imparcial.

Como se mencionó en el artículo anterior el gobierno tiene la obligación de difundir las señales de comunicación (y no solo las señales, también los equipos necesarios ya que en las zonas de difícil acceso por lo general se encuentran los campesinos e indígenas de la nación, y estas personas son de bajos recursos) en todo el territorio nacional incluyendo las zonas de difícil acceso, en este caso para promover el acceso progresivo al servicio de las comunicaciones, con el fin de mejorar el ingreso y calidad de vida de los campesinos. (Art 64, 1991), con este tipo de

artículos se les garantiza a los colombianos el poder tener una comunicación veraz y fidedigna, pero también ofreciéndole a esas comunidades vulnerables el acceso a la comunicación.

Por otro lado, la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Esto con el fin de garantizarles un buen servicio a los usuarios, como lo hacía Inravisión (que ya no existe, hoy en día aplica la comisión nacional de televisión) (hoy en día este tipo de control no se aplica, la señal de TV o de Radio se transmite a una calidad muy baja ya que no existe un ente técnico que controle eso, la información si está regulada con la comisión nacional de TV).

(Art 78, 1991) con este artículo en el proyecto se quiere hacer una estrategia de comunicación en donde se mostrará las falencias de la organización, pero también se dará solución a ello, con el fin de que todas las personas que trabajan en la cooperativa se informen y tengan libre acceso a ella. Todos tenemos derechos a la prestación de servicios como lo dice el artículo 365 Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Esto aplica ya que como se ha dicho las comunicaciones son un servicio público.

Por otra parte, el (Art 15, 1991), Se refiere a la privacidad que tiene cada persona, tiene derecho a su privacidad e intimidad, por consiguiente todas las formas de comunicación privada son inviolables, es decir que nadie tiene derecho ni siquiera el estado, a menos de que tenga una orden judicial o esté dentro de un proceso de investigación y se tenga certeza de que la persona o entidad está incurriendo en un delito, si esto se presenta las empresas prestadoras de servicio tienen la obligación de brindar todos los datos necesarios para la investigación. Un artículo que

busca que se respete la privacidad con la que todas las personas contamos y que no puede ser violada por nada.

En conclusión, con estos artículos en nuestro proyecto nos ayudaran a ver que la libertad de pensamientos y opinión que es libre en nuestro país, y todas aquellas que surjan son válidos en nuestra investigación, también poder brindar todo tipo de información a esas personas de bajos recursos y regular nuestro tipo de información a la hora de suministrarla.

Capítulo 3. Marco metodológico

3.1. Tipo de investigación

El desarrollo del proyecto se realizará a partir de una metodología mixta, la cual representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implica la recolección y el análisis de datos cualitativos y cuantitativos; a través de este enfoque, logramos una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, al igual que producir datos más ricos y variados mediante la multiplicidad de observaciones, potenciar la creatividad teórica, apoyar con mayor solidez las inferencias científicas, así como permitir una mayor exploración y explotación de los datos” (Sampieri R. H., Metodología de la investigación, 2014, págs. 534, 537) El diseño será transaccional concurrente, pues permite a la investigación:

(Sampieri, 2014) ... la confirmación y corroboración de resultados y efectuar validación cruzada entre datos cuantitativos y cualitativos. Así como aprovechar las ventajas de cada método y minimizar sus debilidades (Metodología de la investigación, 2014, pág. 155)

Según el periodo y secuencia del estudio, será transversal, ya que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra, o subconjunto predefinido; un estudio transversal le da al investigador la flexibilidad de considerar múltiples variables juntas como una constante.

Por otra parte, la investigación implementará un diseño explicativo secuencial (DEXPLIS) en el cual determina la primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos, seguida de otra donde se recogen y evalúan datos cualitativos. Esta mezcla mixta ocurre cuando los resultados cuantitativos iniciales informan a la recolección de datos cualitativos. Cabe señalar que en la segunda etapa se construye sobre los resultados de la primera. Finalmente, los

descubrimientos de ambas se integran en la interpretación y elaboración del informe de estudio. Se puede dar prioridad a lo cuantitativo o lo cualitativo, o bien, otorgar el mismo valor, siendo lo más común lo primero (CUAN). El frecuente propósito de este modelo es utilizar resultados cualitativos para auxiliar en la interpretación y explicación de los descubrimientos cuantitativos iniciales.

Una vez planteado el problema de investigación el cual consiste en determinar en qué medida puede afectar el estado de la comunicación interna al clima y la cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares, se estableció cuál sería el alcance de todo el proceso investigativo de la siguiente manera:

En primera instancia esta investigación tendrá un alcance exploratorio, porque se está efectuando sobre un tema poco conocido y estudiado en el escenario y población seleccionados, por consiguiente, se ejecutará un proceso de identificación de todas aquellas variables que sustenten a la investigación y se obtendrá información general sobre los fenómenos que se están estudiando, en este caso comunicación, clima y cultura organizacional del hospital municipal.

Y en segunda instancia tendrá un alcance descriptivo porque busca analizar independiente y conjuntamente las propiedades y características de toda la información obtenida, permitiendo mostrar los diferentes ángulos o dimensiones el contexto estudiado; mientras en el estudio exploratorio se descubren las variables relacionadas con el tema, en la fase descriptiva se busca analizarlas o describirlas.

3.2. Población

El Hospital Emiro Quintero Cañizares, cuenta con un tamaño de la población de 983 trabajadores, divididos entre contratados y de planta, a quienes está dirigida la encuesta y

entrevistas respectivas, con el fin de identificar con precisión los componentes que obstruyen y afectan el adecuado desarrollo del tema de estudio y la consecución de los objetivos (misión – visión).

Buscando mayor transparencia y equidad en la prueba a realizar, se solicitará a la entidad, un listado previo de los empleados que hacen parte de cada dependencia, para que, de manera aleatoria y sistematizada, dependiendo del número de personal en servicio, sean escogidos al azar, aquellos a los que se le realizará la encuesta.

3.3. Muestra

3.3.1. Muestreo Cuantitativo.

En la investigación se realizará un muestreo aleatorio simple, que es un muestreo probabilístico procedimiento que le da a cada elemento de la población objetivo y a cada una de las posibles muestras un tamaño determinado, y la misma probabilidad de ser seleccionado.

Este muestreo es de gran ayuda porque deja que haya una gran flexibilidad a la hora de la recolección de los datos necesarios para la investigación, y a la hora de los resultados estos serán más acertados porque no hubo ningún tipo de obligación para dar sus opiniones.

El tamaño de la muestra para la realización será de 277 encuestados que permitirán hacer un análisis detallado del estado de la comunicación interna y su relación con el clima organizacional del hospital, para de esta manera sentar las bases de un plan integral que lleve al mejoramiento de las comunicaciones, el buen desarrollo de los mecanismos internos y el uso de las herramientas comunicativas mediante las cuales circula la información en la organización.

$$n = \frac{N (p * q) z^2}{(N - 1) e^2 + [(Z^2) x (p x q)]}$$

Tabla 1*Variables*

n	:	Tamaño de la muestra		
N	:	Población	983	983
Z	:	Nivel de confianza	95%	1.96
P	:	Proporción de aceptación		0.5
Q	:	Proporción de rechazo		0.5
E	:	Error de estimación dispuesto a asumir	5%	0.05

Fuente: Elaboración propia

$$n = \frac{983(0.5 * 0.5) 1.96^2}{(983 - 1) 0.05^2 + [(1.96^2)x (0.5 x 0.5)]}$$

$$n = \frac{983 (0.25) 3.8416}{(982) 0.0025 + [3.8416 x 0.25]}$$

$$n = \frac{245.75 x 3.8416}{2.455 + 0.9604}$$

$$n = \frac{944.0732}{3.4154}$$

$$n = 276.4165837$$

$$n = 277$$

3.3.2 Muestreo Cualitativo.

La muestra de expertos, son frecuentes en estudios cualitativos y exploratorios para generar hipótesis más precisas o la materia prima de diseños de cuestionarios. Son muy comunes este tipo de muestras cuando se quiere mejorar el proceso de industria o calidad.

Los entrevistados, cumplirán con los siguientes requisitos:

- Ser mayor de edad
- Que tenga como mínimo 1 año de trabajo en la institución
- Que su puesto se encuentre relacionado al área de comunicaciones o afines
- Que sea experto en los temas propuestos en el proyecto de investigación

3.4. Técnica de recolección de información

3.4.1 Recolección de información cuantitativa.

Para la recolección de información se utilizará la encuesta como instrumento principal, que como lo afirma (Buendía, 1998) (p.120) es un “método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

3.4.2 Recolección de datos cualitativos.

En el enfoque cualitativo, la recolección de datos resulta fundamental, lo que se busca es obtener datos (que se convertirán en información). Al tratarse de seres humanos, los datos que

interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, experiencias y vivencias manifestadas en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva.

Por lo tanto, se diseñará una entrevista semiestructurada, es un tipo de entrevista donde el investigador desarrolla una estrategia mixta, que se compone en alternar preguntas estructuradas y preguntas espontáneas, esta es una forma más completa ya que, mientras que la parte preparada permite comparar entre los diferentes candidatos, la parte libre permite profundizar en las características específicas de cada uno.

Por otra parte, se realizará también un block de notas que permita reunir todas las evidencias documentales, declaraciones verbales y observaciones del ambiente laboral y clima organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares que permita realizar una triangulación de información a la hora de hacer el análisis.

Capítulo 4. Resultados de la investigación

Se presentan los resultados del proceso de investigación del primer objetivo, a través de tres etapas; la primera, consiste en el diseño y aplicación de encuestas, y la segunda, es la ejecución de entrevistas y análisis de resultados; para terminar la integración de los resultados, se da paso al análisis y conclusiones.

4.1. Resultados del primer objetivo

Realizar un diagnóstico sobre las condiciones actuales de la comunicación, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares

Para la ejecución del primer objetivo se inició elaborando una carta solicitando el permiso para la realización del proyecto, dentro del Hospital Emiro Quintero Cañizares. Este documento se realizó una carta con la ayuda del director del proyecto Elvis Fernando Ríos Pacheco, que fue presentada el 16 de octubre del 2019 al Hospital del municipio de Ocaña, para el ingreso de tres (3) estudiantes del programa de comunicación social, con el fin de ingresar a las instalaciones y así dar comienzo a la ejecución del proyecto en curso.

Véase en el Apéndice A de este documento.

Luego de tener los permisos respectivos, se procedió al dl diseño de la herramienta de recolección de información cuantitativa fue creado por los investigadores, esta encuesta está compuesta por dos partes; la primera está integrada por 6 preguntas, una abierta y los cinco restantes cerradas de elección única, de las cuales dos son dicotómicas, es decir la respuesta es SÍ o NO, y las otras tres son Polinómicas, ya que presenta varias alternativas.

La segunda parte de la encuesta está integrada por un cuestionario de 24 preguntas tipo Likert que busca evaluar los sentimientos o percepciones de los encuestados; la idea es conseguir

la mayor aproximación posible a las opiniones de la población seleccionada, para extraer conclusiones acertadas.

Una vez estuvo lista, se presentó a la docente Ana Paola Balmaceda Mora, quien fue la experta que realizó el estudio y validación, en primera instancia el experto envió correcciones que fueron hechas de manera inmediata por los investigadores, una vez estuvieron listas fueron presentadas a la docente quien aprobó su aplicación.

Véase en el Apéndice B de este documento.

Los investigadores luego de solicitar los permisos correspondientes y tener la validación de la encuesta, se dirigieron al hospital a dar inicio a la aplicación de la misma.

Se contó con el apoyo del jefe de prensa Juan Gabriel Saraza y la pasante Karina Sanjuán quienes fueron los encargados de gestionar el ingreso a cada uno de los departamentos que componen la institución de salud Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Conforme los encuestados responden cada una de las preguntas en Google Formularios, aplicación utilizada por los investigadores, se realizaba la tabulación correspondiente para cada pregunta, facilitando su trabajo.

Aplicación y tabulación de las encuestas

Los investigadores luego de solicitar los permisos correspondientes y tener la validación de la encuesta, se dirigieron al hospital a dar inicio a la aplicación de la misma.

Se contó con el apoyo del jefe de prensa Juan Gabriel Saraza y la pasante Karina Sanjuán quienes fueron los encargados de gestionar el ingreso a cada uno de los departamentos que componen la institución de salud Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Conforme los encuestados respondían cada una de las preguntas en Google Formularios, aplicación utilizada por los investigadores, se realizaba la tabulación correspondiente para cada pregunta, facilitando su trabajo.

Tabulación de encuestas:

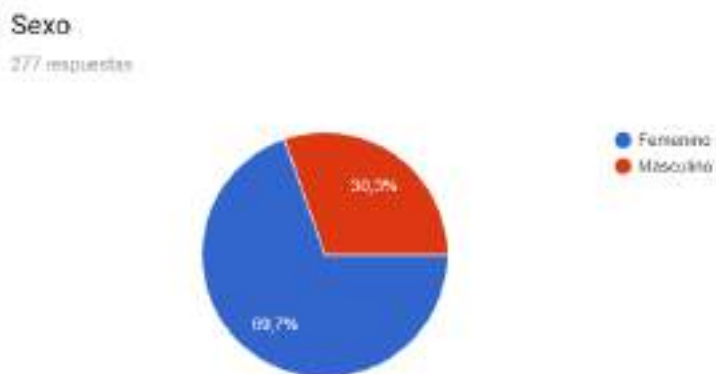


Figura 1. Pregunta 1. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Al realizar la respectiva encuesta a los empleados contratados y de plata del Hospital Emiro Quintero cañizares del municipio de Ocaña, seleccionados de manera aleatoria dentro de cada área de la entidad para el desarrollo del proyecto de investigación, se obtuvo una notable participación en la cual se evidencia una mayor colaboración de mujeres con un 69,7% frente al 30,3% de hombres respectivamente. Lo que indica para el equipo investigador (3) tres factores.

1. El HEQC cuenta con mayor personal femenino dentro de sus instalaciones.
2. El personal de salud se encuentra conformado en mayor medida por personal femenino.
3. Los hombres son más reacios a suministrar información tanto personal como de la institución a la que se encuentran adscritos laboralmente.

¿En cuál de los siguientes rangos se ubica su edad?

277 respuestas

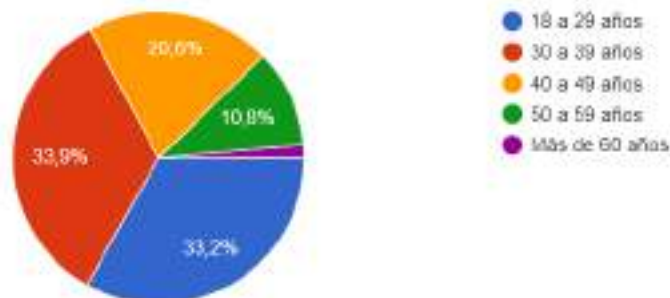


Figura 2. Pregunta 2. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El rango de edad estipulado por los investigadores se encuentra entre los 18 y más de 60 años, cifras que concuerdan con las edades promedio de personal del hospital del municipio de Ocaña y se encuentra estipulado en el Código Sustantivo del Trabajo en el artículo 29 establece la **capacidad para contratar**, por lo que me permito transcribir literalmente el mencionado artículo así: *“Tienen capacidad para celebrar el contrato individual de trabajo, todas las personas que hayan cumplido dieciocho (18) años de edad”*; edades segmentadas de la siguiente manera a partir de lo anteriormente mencionado en el código sustantivo del trabajo. De 18 a 29 años con un porcentaje del 33,2%, entre 30 y 39 año de edad, un 33,9% siendo este rango de edad, el mayor de todos. Entre las edades de 40 a 49 años se encuentra un 20,6%, entre 50 a 59 años un porcentaje de 10,8% y de 1,4% las personas mayores de 60 años de edad.

¿Cuál es su antigüedad en la empresa?

277 respuestas

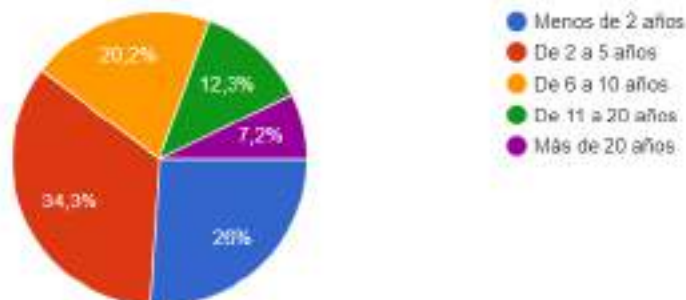


Figura 3. Pregunta 3. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Con respecto a la pregunta ¿Cuál es su antigüedad dentro del Hospital Emiro Quintero Cañizares?, es notable apreciar que el personal contratado en la última y actual administración, lleva laborando un aproximado de entre menos de 2 años a 5 años con un porcentaje sumado entre rangos de 60,3%, el cual se viene desempeñando en las diferentes áreas que conforman la entidad. Así mismo, los trabajadores con mayor tiempo dentro de la institución, llevan ejerciendo sus funciones de 11 a 20 años con un porcentaje del 12,3% y un 7,2% aquellos que llevan más de 20 años en la ESE. Siendo el personal de planta, una minoría en comparación a la cifra de contratados, lo cual se puede evidenciar en los años que llevan laborando dentro del hospital.



Figura 4. Pregunta 4. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El número 4, es la única pregunta de la encuesta que no estaban obligados a responder; esto debido a manifestaciones por parte de los mismos, que si suministraban el lugar, área o departamento en el cual laboraban, sabrían la procedencia de la mismas y podrían verse afectados jerárquicamente, razón por la cual, un gran porcentaje del personal, decidió no participar de la misma. Los investigadores lograron acceso a todas las áreas, con ayuda y colaboración de la oficina de prensa y sus pasantes.

¿Tiene personal de trabajo a su cargo?

277 respuestas

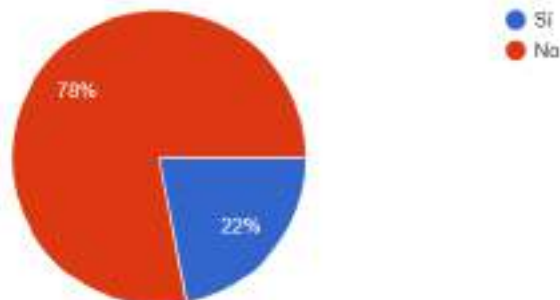


Figura 5. Pregunta 5. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Los empleados, representados en un 78% (216 personas) no cuentan con personal a cargo, las manifestaciones por parte de los mismos en el momento de realizarles la encuesta, hacen alusión a contar con jefes superiores o jefes de departamentos, siendo ese 78% una cifra elevada, evidenciando que una mayoría de los individuos que laboran en la ESE, cumplen una función única dentro de la institución y a su vez responden ante un superior. Frente al 22% de trabajadores que, si cuentan con personal a cargo, variando entre 1 y más de una docena de empleados.

¿Está usted satisfecho con el ambiente laboral en el Hospital Emiro Quintero Cañizares?

277 respuestas

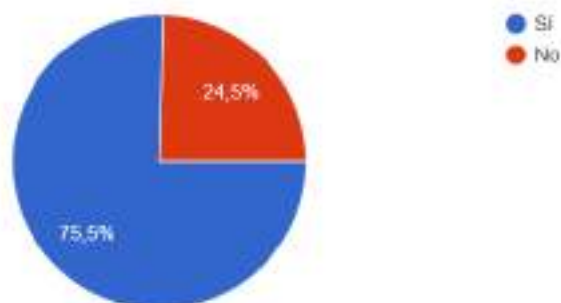


Figura 6. Pregunta 6. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El 75,5% dice estar satisfecho con el ambiente laboral del hospital, sin embargo, en medio de la ejecución de la encuesta, los empleados se manifestaron e hicieron apreciaciones contradictorias a su respuesta. Entre los cuales se pueden mencionar los rumores, chismes y malas actitudes entre compañeros, así como la ineficiencia por parte de los encargados y la mala actitud de quienes deben lidiar con los usuarios de manera directa, afectando las relaciones interpersonales y ambiente laboral, desvirtuando en cierta medida lo que en la figura 6 se manifiesta.

Me siento orgulloso(a) de trabajar en la Organización

277 respuestas

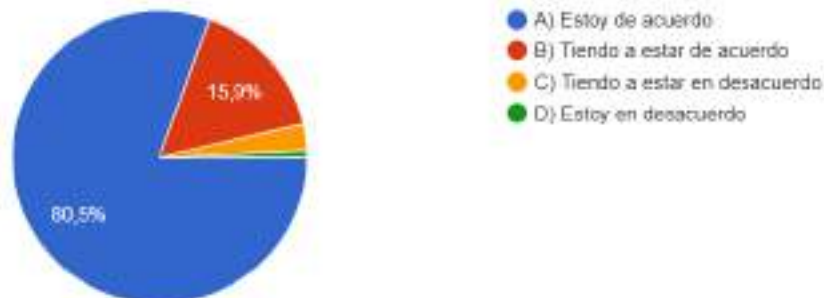


Figura 7. Pregunta 7. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Al ser el Hospital Emiro Quintero Cañizares un punto central y el mayor de la región en recepción del sistema de salud, abarcando toda la provincia de Ocaña y sur del Cesar; con un 80,5% para un total de 223 personas, los empleados dicen estar orgullosos de trabajar en la organización, de esta manera queda asentada la importancia que las personas le dan a trabajar en la empresa más grande del municipio y lo importante que es para ellos desde diferentes razones, como la retribución económica, las prestaciones o la misma necesidad; ser empleados activos de dicha empresa.

Conozco cuál es la misión y visión del hospital

277 respuestas

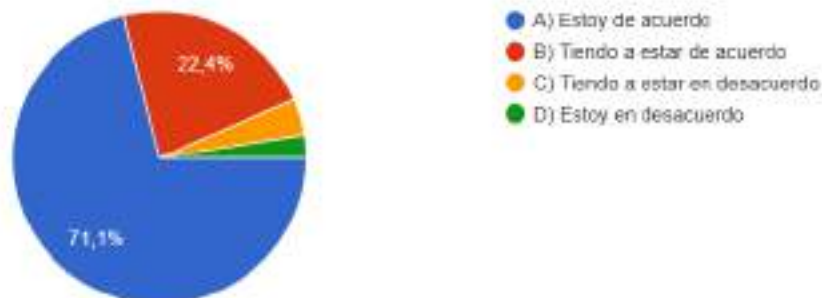


Figura 8. Pregunta 8. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

La misión y la visión forman un eje fundamental en el desarrollo de las empresas. Saber e identificar la misión y la visión dentro del lugar de trabajo, permite alcanzar con mayor determinación y prontitud los propósitos, a su vez, ayuda a crear la imagen que la entidad traza a largo plazo sobre cómo espera y desea que sea su futuro. En el HEQC un 71,1% de los empleados dicen saberlas, sin embargo, durante la intervención y realización de la encuesta por parte de los investigadores, se pudo apreciar el bajo conocimiento y la poca importancia que estos le dan a los ejes de la empresa.

Al pedirles directamente que mencionaran una de las dos (2), solo un mínimo porcentaje tenía conocimiento real de cada una de ellas. Los demás decían saberla, pero en ese momento no podían decirla. Ratificando lo antes mencionado.

Conozco los valores corporativos y me identifico con ellos.

277 respuestas

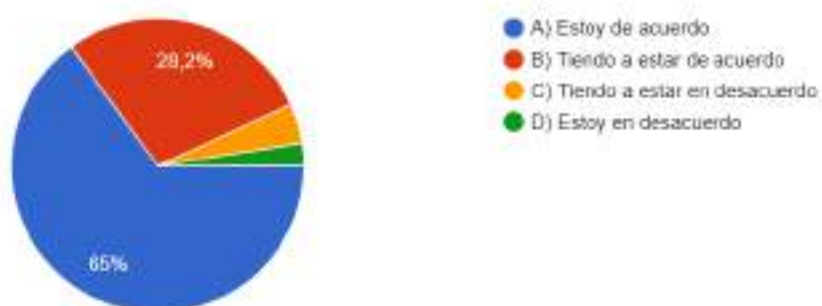



Figura 9. Pregunta 9. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Al igual que en la figura número 8, un porcentaje mayoritario dice tener conocimiento de los valores corporativos, alcanzando una cifra de 65% y 28,2% que mencionan estar de acuerdo y que tienden a estarlo, no obstante, se presenta contradicción al pedir a los encuestados mencionar con cuál de los valores se identifican más y por qué, pues de allí no resultan respuestas claras, demostrando una vez más, el desconocimiento del corazón ideológico que existe internamente.

Pienso que en la institución todos los empleados se valoran por igual. 

277 respuestas

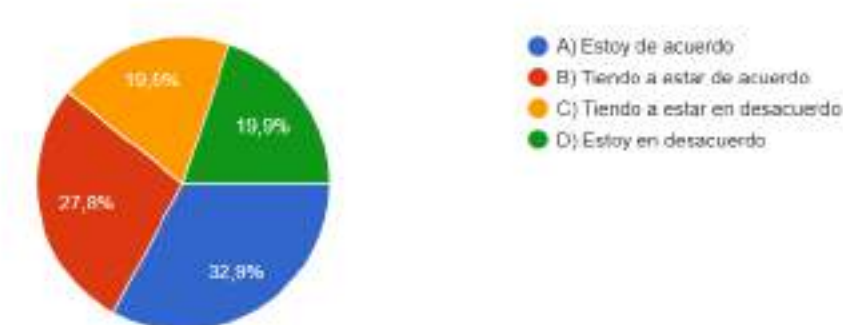


Figura 10. Pregunta 10. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Dentro de la encuesta realizada por los investigadores, una de las principales preguntas es la de si los empleados piensan que todos en la institución se valoran por igual. Aunque un 32,9% de los encuestados dice estar de acuerdo con la afirmación, es preocupante y alarmante que el 19,5% y el 19,9% aseguran estar en desacuerdo, alcanzando una cifra total del 39,4 por ciento, cifra que supera los estándares de igualdad laboral contemplados en el **Código Sustantivo del Trabajo** en el **artículo 10** en el cual se establece la igualdad de los trabajadores y las trabajadoras, por lo que me permito transcribir literalmente el mencionado artículo así: “Todos los trabajadores y trabajadoras son iguales ante la ley, tienen la misma protección y garantías, en consecuencia, queda abolido cualquier tipo de distinción por razón del carácter intelectual o material de la labor, su forma o retribución, el género o sexo salvo las excepciones establecidas por la ley”.

Pienso que los canales de difusión de información funcionan correctamente.

277 respuestas

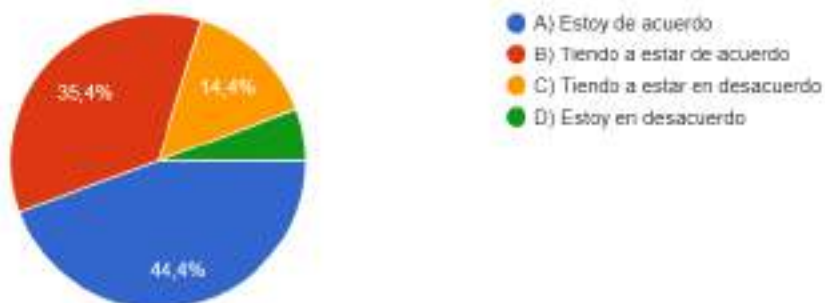


Figura 11. Pregunta 11. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Los canales de difusión de información dentro de la ESE, cumplen con los requerimientos y la necesidad de sus usuarios, sin embargo, el acceso a ellas se ve limitado por diferentes factores, como el desconocimiento tecnológico, la adquisición de aplicativos móviles, la necesidad de un plan móvil de datos, así como el poco interés que se genera dentro de las herramientas utilizadas por el hospital en función de sus necesidades informativas. Pese a que el 44,4% afirma el buen funcionamiento de dichos canales, se deben realizar estrategias de difusión que alcancen un mayor porcentaje de población trabajadora, a fin de integrar y mejorar las relaciones laborales entre jefes y subordinados, aislando el desconocimiento de variados factores presentes en cada área.

En general, considero que la Organización está bien liderada

277 respuestas

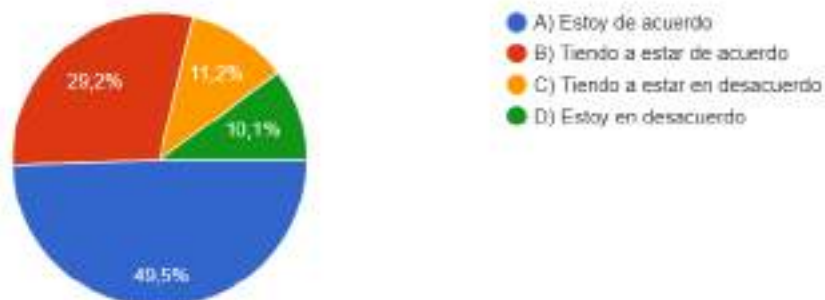


Figura 12. Pregunta 12. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Debido a la existencia de rumores presentes, interna y externamente, frente a si el Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña se encuentra bien liderado o gerenciado, se hace importante mencionar lo encontrado en la presente encuesta. Con un 78,7% se alza en las respuestas el estar de acuerdo con que la entidad se encuentra bien liderada, frente a un porcentaje del 21,3% que mencionan estar en desacuerdo con la afirmación planteada, encontrando entre ambas partes, personal que afirma no estar bien liderados, pero por temor a represalias se abstienen de responder negativamente en esta pregunta.

La comunicación en mi dependencia es efectiva.

277 respuestas

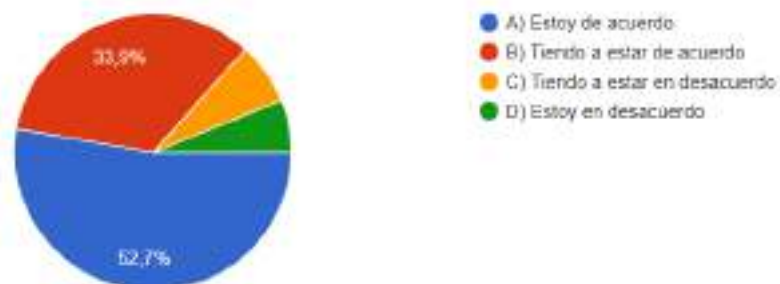


Figura 13. Pregunta 13. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

A la pregunta número 13, los empleados del HEQC aseguran que la comunicación es efectiva dentro de sus dependencias, pero el 13,3% de la población encuestada se encuentra en desacuerdo, a lo que manifiestan la falta de comunicación entre jefes de departamentos y ellos mismos, predominando la escala piramidal de jerarquización, en la que la comunicación es lineal y no cuenta con una retroalimentación que facilite y motive el desarrollo de las actividades laborales correspondientes, generando un ambiente laboral propicio para el desarrollo y mejora continua de la institución.

La institución toma en cuenta las sugerencias y peticiones de sus empleados.

277 respuestas

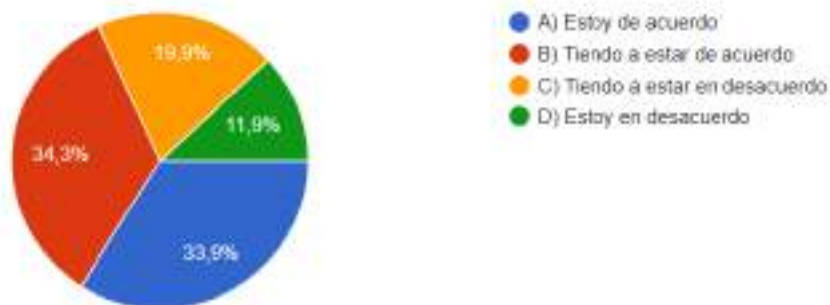


Figura 14. Pregunta 14. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Con un 11,9%, las personas encuestadas hacen referencia a que la institución en la que laboran, el Hospital Emiro Quintero Cañizares, o las personas que se encuentran a la cabeza de la entidad, no toman en cuenta las sugerencias y peticiones realizadas por los empleados, sumado a esto un 19,9% manifiesta apoyar y estar de acuerdo con la aseveración anterior en gran medida.

Para el buen funcionamiento de una empresa, es importante tener en cuenta y dar prioridad a la opinión de sus trabajadores; en el presente caso, los empleados de la ESE aseguran no ser tomados en cuenta, puesto que las decisiones y determinaciones no sobre pasan la oficina central administrativa, haciendo a un lado las peticiones hechas para el buen funcionamiento de cada departamento. *“Se hace imposible hablar con el jefe”* – Empleado HEQC.

Cuento con las herramientas, elementos y equipos adecuados para realizar mi trabajo.

277 respuestas

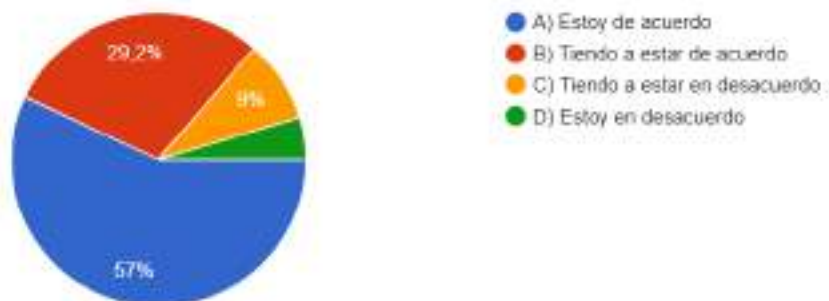


Figura 15. Pregunta 15. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

A través de la figura número 15 y con base a la evaluación visual hecha por los investigadores, es posible encontrar fallas administrativas en la adquisición de herramientas y equipos adecuados para el buen funcionamiento de todas las áreas. Equipos médicos y computadores son la queja más frecuente entre empleados pues estos se encuentran desactualizados y algunos en mala condición. De igual manera se observa y se valida a través de la encuesta que el 57% de los encuestados dice estar de acuerdo y cuentan con las herramientas necesarias para el desarrollo de sus funciones. Tema al que el hospital ha puesto suficiente empeño, y ha logrado mejorar durante los últimos años.

La Organización fomenta y me da oportunidades para mi crecimiento profesional

277 respuestas

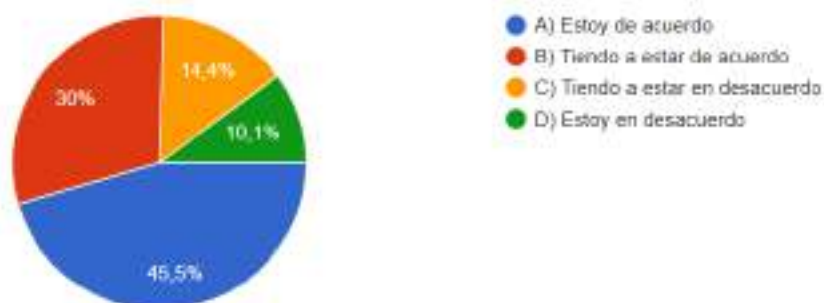


Figura 16. Pregunta 16. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Con un 45,5% de los encuestados, a la afirmación: La organización fomenta y le da oportunidades para el crecimiento profesional contestaron que se encuentran de acuerdo. No obstante, es posible evidenciar a través de la gráfica número 16, un rango amplio de personas que dicen no recibir ayuda por parte del hospital para crecer profesionalmente; con un 14,4% y un 10,1% los encuestados hacen referencia a la falta de oportunidades y la desigualdad que se maneja dentro de la entidad actualmente.

Considero que la remuneración que recibo está acorde con las labores que desempeño.

277 respuestas

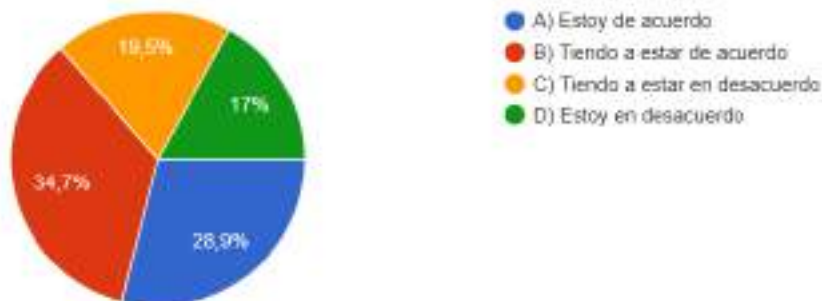


Figura 17. Pregunta 17. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Así mismo, se encuentra un gran desbalance en cuanto a la remuneración se trata. Con un 17% y un 19,5% del porcentaje total de encuestados, se logra evidenciar el descontento que surge al no recibir un pago coherente frente a las actividades que realizan diariamente. De lo cual surge una pregunta ¿Qué personas del hospital reciben un pago desigual? A lo largo de la realización de la encuesta, los voluntarios hicieron diferentes apreciaciones frente a este tema, donde el exceso de labores, incluso que no les corresponden, es la queja más frecuente y uno de los motivos para encontrarse en desacuerdo con la situación planteada.

Pienso que en la Organización podemos expresar opiniones sin temor a represalias

277 respuestas:

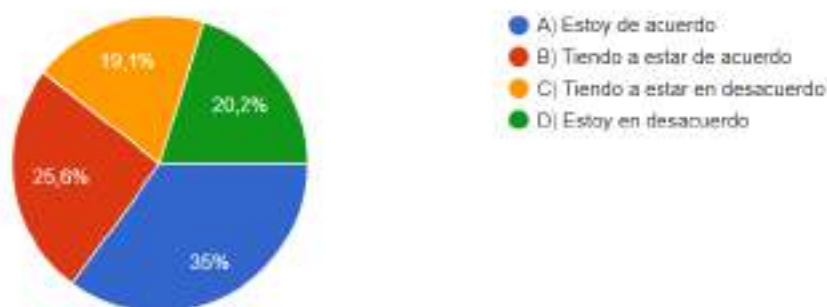


Figura 18. Pregunta 18. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Una de las preguntas más cuestionadas y comentadas durante la realización de la encuesta es la expresada en la figura número 18. Con un porcentaje elevado del 20,2% en desacuerdo a la afirmación y un 19,1% que tiende a estarlo, se percibe un gran descontento por parte de los empleados, pues estos manifiestan el temor que existe internamente en el HEQC al generar opiniones personales o colectivas dentro de la entidad. Situación que también afecta al porcentaje de empleados que dice estar de acuerdo o que tiende a estarlo, pero que se limitan a contestar positivamente para no verse afectado laboralmente.

Los procesos de planeación dentro de la Organización son participativos con los empleados.

277 respuestas

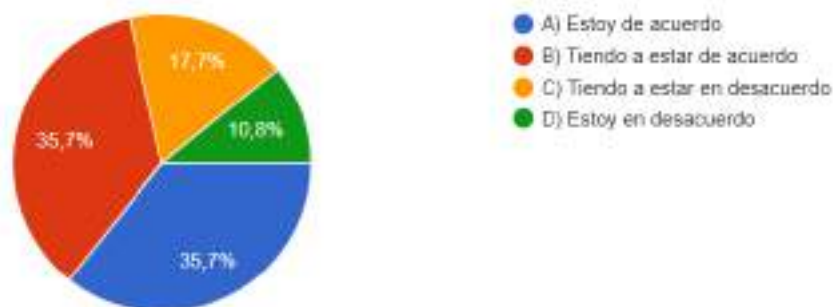


Figura 19. Pregunta 19. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El Hospital Emiro Quintero Cañizares cuenta con diferentes áreas o departamentos que subdividen dicha entidad. Motivo por el cual suelen ser aislados todos los procesos de planeación, debido a que estos se centran en su lugar de origen, dejando a un lado las demás áreas. Esta situación se convierte en una de las mayores razones por la cual, el personal del hospital no encuentra un campo de interacción frecuente entre empleados, distanciando social y laboralmente la imagen, la misión y por supuesto la visión interna que se tiene de la ESE.

En la Organización valoramos por igual a hombres y mujeres.

277 respuestas

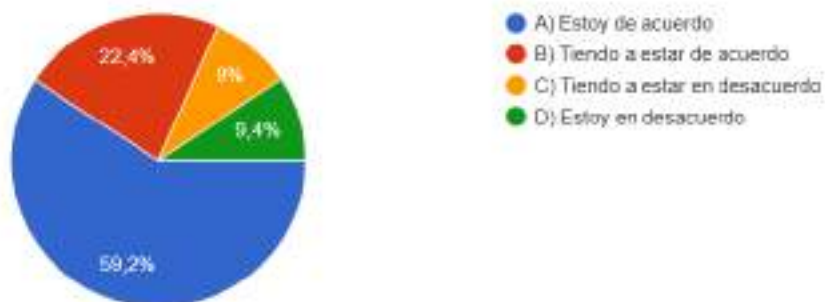


Figura 20. Pregunta 20. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

A diferencia de lo que se plasma en la figura número 10, el Hospital Emiro Quintero Cañizares, y las personas encuestadas, dicen estar de acuerdo en una porción mayoritaria del 59,2% con que, sin importar el sexo, sea hombre o mujer, este no es un indicador o motivo por el cual surgen preferencias internas a nivel jerárquico dentro de la institución.

Considero que existe un buen ambiente de trabajo.

277 respuestas

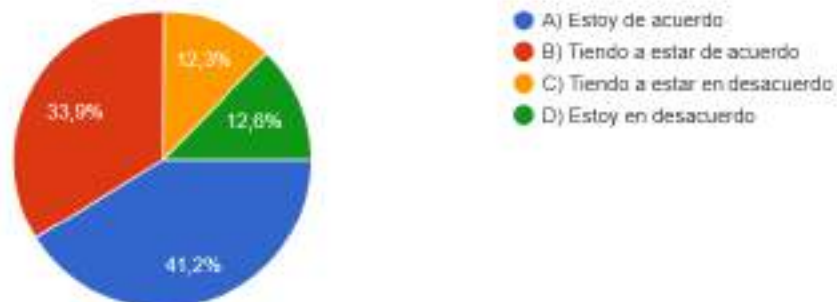


Figura 21. Pregunta 21. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

A la pregunta número 21, se le suma un gran interrogante, pues a pesar de que la cifra superior es de 41,2% aprobando el hecho de que existe un buen ambiente de trabajo, dicha cifra se ve contrarrestada por la opinión directa de los encuestados, los cuales manifiestan encontrar en todas las áreas una gran cantidad de rumores, chismes y comentarios, que afectan directamente el ambiente laboral a nivel interno.

Cuento con los beneficios que ofrece la Organización tales como salud, pensión y ARL.

277 respuestas

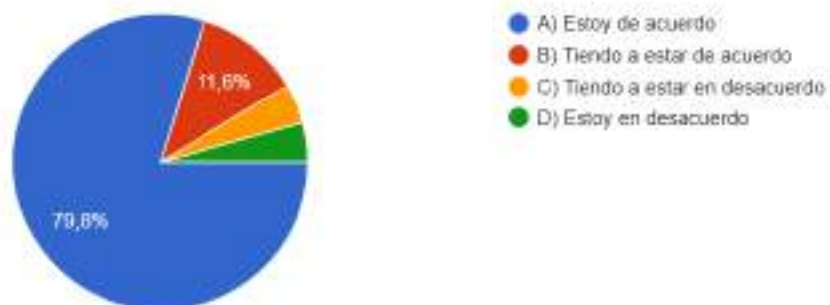


Figura 22. Pregunta 22. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Mantenerse en la legalidad es uno de los factores que ayudan al desarrollo de una empresa. Los empleados del HEQC, corroboran en gran porcentaje, el contar con beneficios tales como salud, pensión y ARL al ingresar a laborar en la entidad. Pero resulta algo cuestionable el encontrar que el 4,3% de la población encuestada, dice no contar con estos factores que por ley debería tener al comenzar sus labores.

Cuando ingresé en la Compañía recibí suficiente información sobre la misma.

277 respuestas

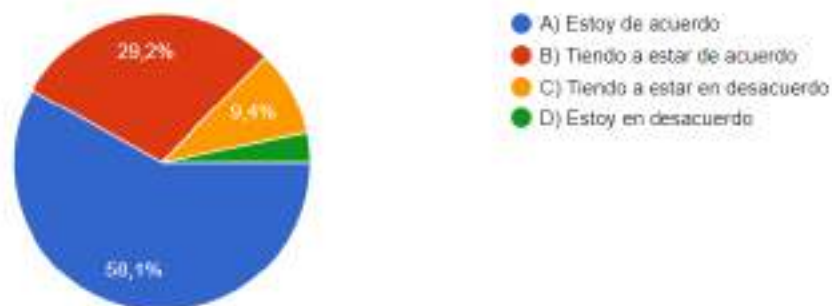


Figura 23. Pregunta 23. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El buen conocimiento que los empleados tengan al entrar en una organización es muy importante, ya que esto ayuda a que puedan generar una buena o mala imagen de esta, y también como sería su actitud de trabajo, el 58,1 % dicen que, si recibieron una buena información de la institución, pero en el momento de la realización de la encuesta nos podíamos dar cuenta con sus gestos que no, pero también lo podemos confirmar con las preguntas de la misión, visión y los valores corporativos en si se los sabían, pero sus palabras eran “yo me la sé pero en este momento no te la puedo decir porque no me acuerdo”, con este tipo de afirmaciones y gestos al momento de la relación pudimos evidenciar que el personal no tiene un buen conocimiento de la E.S.E.

El jefe de dependencia escucha las opiniones de sus trabajadores y le felicita cuando este hace bien su trabajo.

277 respuestas

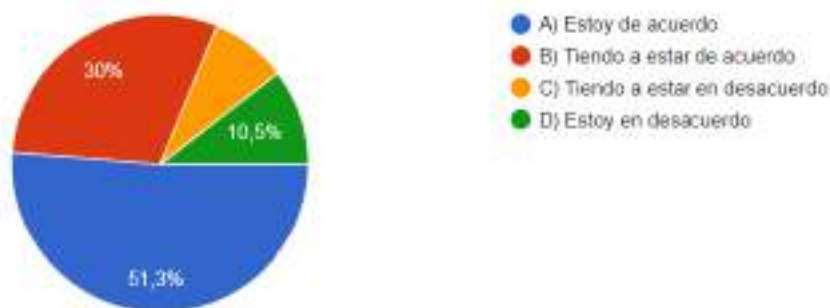


Figura 24. Pregunta 24. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Dentro de todas las áreas del hospital existe un componente a favor y en contra del desarrollo ideal de la empresa. Con un 51,3%, los encuestados dicen estar a gusto con la interacción y el trato laboral que mantienen con sus jefes de departamento. Sin embargo, esto no sucede en todas las áreas que lo conforman, debido a que existen quejas frecuentes en las que se ve involucrada una opinión colectiva, en cuanto a trato y cercanía con el jefe se refiere. La jerarquía se convierte en un determinante de las relaciones tanto personales como laborales dentro de la institución, afectando de manera indirecta la energía y voluntad de trabajar de quienes pertenecen a esos departamentos.

Las condiciones de espacio, ruido, temperatura, iluminación, etc. Me permiten desempeñar mi trabajo con normalidad.

277 respuestas

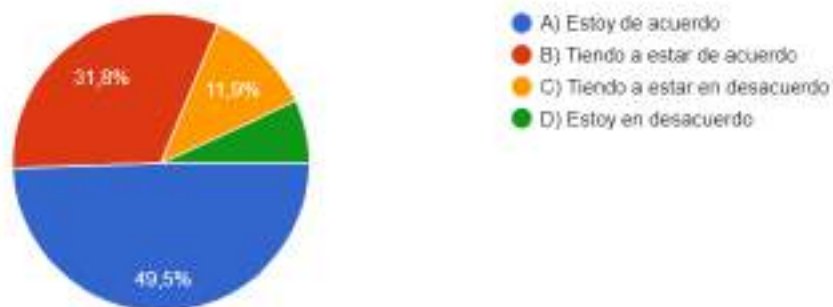


Figura 25. Pregunta 25. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Aún con los cambios y adecuaciones realizados dentro del HEQC durante las últimas administraciones a nivel estructural. Se siguen presentando fallas que resaltan a simple vista dentro de algunos sectores de la empresa. Problemas de espacio, iluminación y aire acondicionado, son las quejas más frecuentes. Con un 49,5%, los empleados del hospital de sienten a gusto con las condiciones laborales a nivel físico de la empresa y reconocen la labor de las últimas administraciones, en pro del mejoramiento del hospital. Se espera se realicen mejores y mayores inversiones a fin de alcanzar un mejor nivel en el sistema de salud.

Los comunicados internos me proporcionan información útil.

277 respuestas

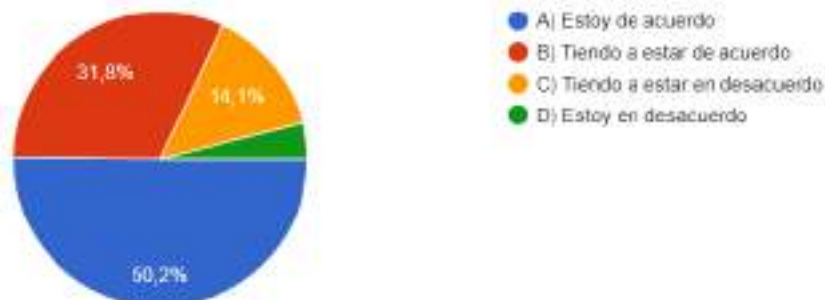


Figura 26. Pregunta 26. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El 50,2% de los empleados de la ESE, ven de manera fructífera los comunicados internos. Dentro de los cuales se plantean diferentes informaciones que buscan de manera colectiva o sectorial, informar a los trabajadores. De igual modo se requiere mejoras en cuanto a los canales de comunicación, pues estos no están al alcance de todos, debido al bajo conocimiento de las TIC y que no cuentan con planes móviles de internet, necesarios para el acceso.

En la institución me tratan justamente y evitan cualquier tipo de favoritismos.

277 respuestas

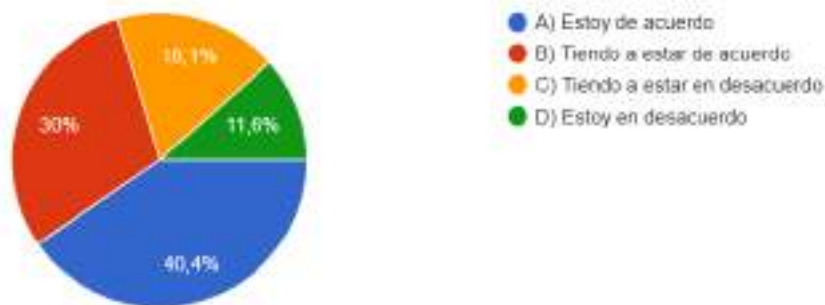


Figura 27. Pregunta 27. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Una vez más, se ve evidenciado el actuar desigual de los jefes a cargo de la entidad. Como se puede apreciar en la gráfica número 27, pregunta 27. El trato justo se ve afectado por un gran número de encuestados que afirman no estar de acuerdo con las condiciones internas de la empresa. Esto a causa del favoritismo que se presenta en los diferentes departamentos, pues “solo algunos cuentan con inmunidad” laboral. De esta manera se presenta que el 11,6% están en desacuerdo con la afirmación y el 18,1% tiende a estar en desacuerdo. Viéndose afectado de manera tajante, temas como el clima laboral, el cual es tema de estudio en este proyecto.

Recomiendo al Hospital Emiro Quintero Cañizares como un lugar donde trabajar.

277 respuestas

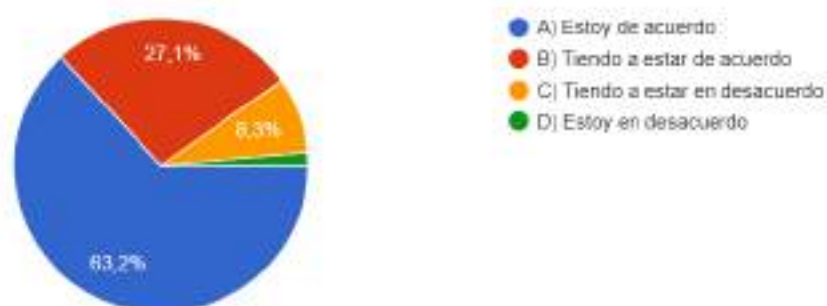


Figura 28. Pregunta 28. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

Por ser Ocaña el epicentro de la región catatumbera, el Hospital Emiro Quintero Cañizares, se ha convertido un punto focal en recepción de pacientes. Ser una empresa sólida, de gran magnitud y un porcentaje combinado del 90,3% de sus empleados, frente a la pregunta, recomiendan usted al hospital como un lugar de trabajo, se ve favorecido, pues estos aprueban rotundamente a la ESE como un lugar idóneo para laborar en la provincia de Ocaña.

Considero adecuados e importantes los proyectos de Responsabilidad Social implementados en el hospital.

277 respuestas

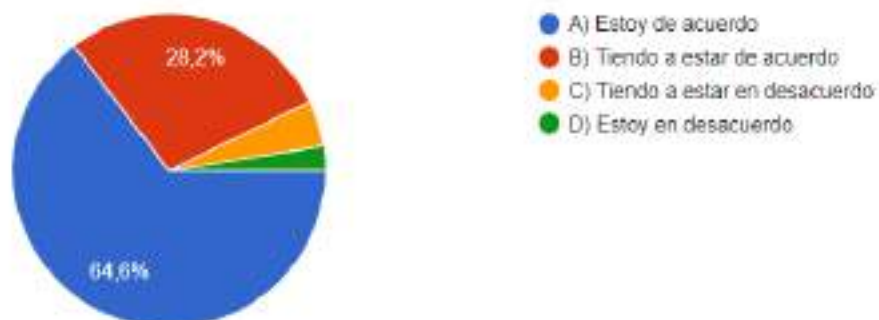


Figura 29. Pregunta 29. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

La responsabilidad social que tienen las empresas es muy importante porque es la obligación que tienen con el mejoramiento social, económico y del medio ambiente, podemos ver que el 64,6 % dicen que son importantes, pero muchas de estas personas no tienen un conocimiento previo de que son los procesos de responsabilidad social, por lo tanto, podemos evidenciar que estos procesos no le dan la importancia que se le debe, porque esto es un trabajo en equipo de la organización.

Recibo la ayuda que necesito del departamento de comunicaciones del hospital.

277 respuestas

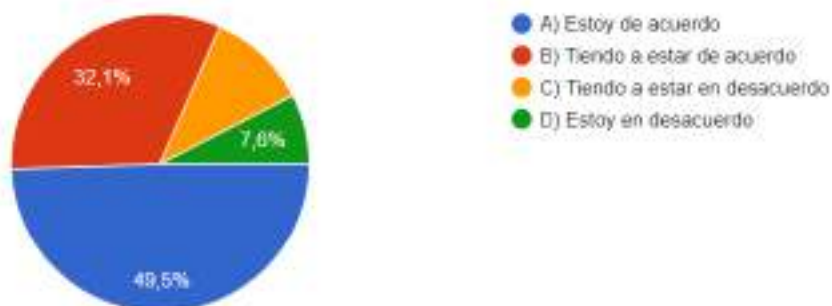


Figura 30. Pregunta 30. Encuesta de conocimiento. Fuente: Autores del proyecto (2021)

El área de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares no es valorada como debería de ser, ya que todos los empleados lo ven como la oficina que se encarga de tomar fotos, publicar y listo. Podemos ver que el porcentaje es del 49,5 de una forma afirmativa porque son los empleados de las áreas donde se encargan de hacer más actividades en la institución de manera externa, pero el 50,5 % de los empleados contestan de una forma negativa donde nos podemos dar cuenta que la oficina de comunicaciones no funciona de una buena manera y tampoco es vista de una forma donde sea valorado el trabajo que en ella se hace. Pero esto se debe también a que esta área está conformada nada más con un solo miembro.

- Diseño y aplicación de entrevistas.

Se diseñó un modelo semiestructurado de entrevista a partir de los resultados arrojados por la encuesta, en el cual se alternan preguntas estructuradas y espontáneas, convirtiéndose en un recurso flexible y dinámico para la ejecución de la misma.

La entrevista fue realizada a jefes de departamento como: jefe de prensa, de talento humano, de servicio al cliente/calidad, Coordinadora de enfermeros y SIAU.

Véase en el Apéndice D de este documento

- Redacción de diagnóstico actual.

Para finalizar la realización del primer objetivo, se realizó un diagnóstico de la situación actual en la que se encuentra el Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña.

Diagnóstico

Existen muchas problemáticas internas en el Hospital Emiro Quintero Cañizares, temas como el deficiente manejo del corazón ideológico y la falta de interés por parte de los dirigentes de turno, han creado un círculo vicioso de rumores, chismes y comentarios que afectan de manera directa e indirecta el ambiente laboral en la entidad. Lo cual debilita las relaciones laborales y personales entre empleados, limitando el crecimiento de la compañía. Esto debido al poco interés por parte de los empleados a realizar las actividades competentes, pues no se ven estimulados de ninguna manera, lo que causa un crecimiento de la zona de confort y una baja en la productividad diaria de los mismos.

Actualmente en el Hospital Emiro Quintero Cañizares los procesos de comunicación interna se encuentran de la siguiente manera: a nivel organizacional la entidad de salud cuenta con diferentes canales comunicativos como correo electrónico, página web, medio impresos; además del uso de aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, Facebook e

Instagram, sin embargo, entre todos estos, los colaboradores destacan que es el correo electrónico el canal con mayor flujo de comunicación interna.

Los canales de difusión de información se encuentran en buenas condiciones, en un 44,4 de los encuestados afirman que los canales si funcionan como se debe, en el marco del cumplimiento de sus funciones. Sin embargo, se debe plantear mejoras a nivel interno, que ayuden a difundir la información a todos los sectores laborales del hospital.

En un gran porcentaje de casos, los empleados no cuentan con las herramientas necesarias para el acceso a las diferentes plataformas, así como a las aplicaciones en las que suele suministrarse la información. Sumado a esto es posible evidenciar la falta de conocimiento de las herramientas tecnológicas y la poca importancia que se le da a los comunicados que surgen tanto del área administrativa y gerencia, como de los mismos departamentos al que se pertenece. Por lo cual, es importante la creación de un plan de comunicaciones que ayude y maximice el impacto de la información, causando mayor interés en quien la recibe.

A su vez, en las entrevistas los colaboradores de la institución de salud, reconocieron que internamente no se hace un gran esfuerzo por fomentar la relación e interacción entre todos los empleados de las diferentes dependencias de la institución.

Una de las principales quejas expuestas durante el proceso de recolección de datos por parte de los trabajadores, es la poca participación que tienen para la toma de decisiones; un 39,4% de los encuestados admitieron que sentían temor a emitir cualquier sugerencia por temor a represalias.

Cabe añadir, teniendo en cuenta lo anterior, que, al ejecutar las encuestas en las instalaciones del Hospital, algunos de los colaboradores se negaron a responder por temor a que

otros llegaran a conocer sus opiniones, aun cuando se dejaba en claro que era totalmente anónima, tenían inconvenientes incluso con mencionar a qué departamento pertenecen.

Por otra parte, los procesos de comunicación externa son llevados a cabo principalmente por medio de pizarras o tableros informativos ubicados en las instalaciones del Hospital; también, a través los canales digitales anteriormente expuestos (Facebook e Instagram) y de los medios de comunicación regionales.

En cuanto a las condiciones del clima organizacional se lograron evidenciar mediante las entrevistas que situaciones derivadas de rumores, chismes y malos comentarios entre compañeros son el epicentro de un ambiente de trabajo negativo, según los resultados de las encuestas un 25% de los colaboradores consideran que no existe un buen ambiente de trabajo.

Asimismo, las principales quejas de los usuarios del Hospital en el SIAU (Servicio de información y Atención al Usuario) están relacionadas con el trato o servicio deshumanizado.

Las entrevistas indican también que existen dimensiones del clima laboral poco valoradas dentro de los procesos internos del Hospital, entre las cuales se encuentra la motivación personal, resolución de conflictos y comunicación entre equipos.

También, se logró evidenciar que hay una cierta insatisfacción con las características de los procesos de liderazgo dado a que el 21,3 % de los encuestados consideran que la institución médica no está bien liderada, se destaca también aquí que el 39,4% de la población tiende a estar en desacuerdo cuando se pone a consideración las condiciones de igualdad de los trabajadores.

En cuanto a la cultura de la organización, se identificaron aspectos importantes; el 30% de la población encuestada admitió que desconoce la misión y visión y el 35 % acepta que no sabe cuáles son los objetivos institucionales y valores corporativos; las entrevistas además permitieron corroborar que tampoco hay conocimientos sobre planes de desarrollo y estrategias

implementadas en cada departamento. Así como también se desconocen las estructuras de poder y los símbolos visuales con los cuales cuenta la organización.

Se observó además que algunos lugares de trabajo no se hallan en óptimas condiciones, ya que se encuentran desmejorados a nivel estructural; los espacios son reducidos, este caso se presenta principalmente en urgencias, y presentan altas temperaturas, siendo esta última la mayor queja por parte de los empleados del H.E.Q.C. Sumado a esto, los colaboradores, no cuentan con implementos actualizados para el buen desarrollo de sus labores cotidianas; lo que afecta el cumplimiento de los objetivos eficaz y eficientemente

4.2 Resultados del segundo objetivo

Analizar las condiciones internas de la comunicación, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

A continuación, se presentan cada uno de los factores que afectan la comunicación, el clima y la cultura organización en el Hospital, establecidos según lo analizado en el diagnóstico, para fortalecer estos factores:

Tabla 2*Aspectos de la comunicación, clima y cultura organizacional*

Aspectos de la comunicación, clima y cultura organizacional	Resultados
Comunicación	<p>La comunicación es uno de los factores importantes dentro del Hospital, pues es la que ayuda a que el flujo de información se dé adecuadamente; por esto la institución cuenta con canales como correo electrónico, página web, medio impresos, WhatsApp, Facebook e Instagram, pero en un porcentaje bastante alto en las encuestas los trabajadores manifiestan que el correo es el más usado, a pesar que la información se envía por este medio entre dependencias no tiene una buena comunicación, pues no hay un flujo informativo en donde cada área sepa que eventos realizan las demás.</p> <p>Otros factores importantes en la comunicación, es que el área de comunicaciones de la institución no se le da el valor que debería de tener, porque la ven como la oficina que está encargada de tomar fotos, publicar y listo. En la encuesta se muestra un porcentaje aceptable, porque son los empleados de las dependencias en donde se hacen más actividades, el 50,5 % contestan negativa lo que nos podemos dar cuenta que la oficina no tiene un buen funcionamiento.</p>

Fuente: Elaboración propia

“Tabla 2” “Continuación”

Liderazgo	<p>En cuanto al liderazgo dentro de la organización, en un porcentaje bastante alto se manifiesta que está bien liderada refiriéndose a la gerencia general, pero las sugerencias no son tomadas en cuenta.</p> <p>Pero en cada una de las dependencias, no se encuentra un liderazgo en buen desarrollo, los empleados manifiestan en un porcentaje medio, que si se encuentran satisfechos cómo se maneja su liderazgo en sus dependencias, la otra parte manifiesta que este se ve afectado debido a que algunos empleados tienen cercanía con sus jefes.</p>
Satisfacción en el trabajo	<p>La satisfacción es un factor importante dentro de una empresa, pues es la que ayuda a que los empleados trabajen y aprecian a la institución de una forma agradable, y esto ayuda a que el desempeño dentro de ella sea positivo.</p> <p>Un factor importante, es si los empleados se sienten orgullosos de pertenecer a la organización, en un 80,5 de los empleados contestan positivamente a este punto, ya que es la receptora en el Sistema de salud en la región.</p> <p>Una causa que afecta a la satisfacción que puedan tener los empleados hacia la institución, son los chismes o rumores y favoritismos que se presentan en ella.</p>
Condiciones de trabajo	<p>El Hospital ha contado con cambios y adecuaciones a nivel estructural realizadas durante las administraciones, a pesar de esto, sigue contando con algunas fallas que se resaltan a simple vista dentro de la organización; como problemas de espacio, iluminación y aire acondicionado, son las quejas más frecuentes.</p> <p>Con un 49,5%, los empleados se sienten a gusto con las condiciones físicas de la empresa, Esperan que se realicen mejoras y mayores inversiones a fin de alcanzar un mejor nivel en el sistema de salud.</p>

4.3. Resultados del tercer objetivo

Diseñar acciones comunicacionales para fortalecer y/o mejorar las condiciones de los elementos estudiados.

Para establecer el diseño de las acciones comunicacionales que mejorará las condiciones de los elementos que conforman el plan estratégico.

A continuación, esquema del plan estratégico de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

En las organizaciones es muy importante contar hoy en día con una planificación que le permita hacer un análisis del entorno en que se encuentra la institución, y de qué forma se puede realizar una planificación acorde a las necesidades que tiene el entorno y en cómo se encuentra actualmente.

Está siendo la institución hospitalaria de la región, comprometida con brindarle a sus usuarios y comunidad en general, un buen servicio y más humano, a través de la construcción de una institución comprometida con la salud y la sociedad, las cuales dan respuestas a las necesidades del entorno, así como la planeación de acciones estratégicas que den cumplimiento a los objetivos y metas institucionales.

El documento en primera parte está destinada la recolección de la información primaria y secundaria que muestra las condiciones en que se encuentra la institución en cuanto a los temas de estudio, en segunda parte, se realiza un diagnóstico de cómo está cada uno de los puntos de estudio para así poder evidenciar los pro y contra que tiene la institución; en tercera parte, el documento proyecta el plan estratégico en el cual se determinan los objetivos, ejes y acciones estratégicas que la institución debe tener en cuenta en su mejoramiento institucional.

El presente plan estratégico de comunicación interna del Hospital Emiro Quintero Cañizares, su objetivo es diseñar acciones que fortalezcan y/o mejoren las condiciones de la comunicación, clima y cultura organizacional de la institución.

4.3.1. Análisis organizacional.

Análisis de la Visión

Según (HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES, 2018) su visión es:

El Hospital Emiro Quintero Cañizares espera lograr una transformación en toda su institución, ya que es el centro receptor de salud de Ocaña y toda la región del Catatumbo, para así, poder ofrecerles a todos sus usuarios un mejor servicio desde la atención del público hasta los servicios de salud.

Ser uno de los mejores centros de salud en toda la región y sus alrededores es el objetivo, en donde los servicios son humanos y de alta calidad.

“Para el año 2023 ser reconocida en el Nororiente Colombiano como una institución líder en salud, en la prestación de servicios, modelo en la atención, acreditada, promoviendo la gestión del conocimiento a través de la atención humanizada para mejorar la salud de la comunidad, enfocada a la población materno-infantil”.

Análisis de la Misión

Según (HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES, 2018) su misión es:

“Somos una Empresa Social del Estado que presta servicios de salud de baja, mediana y alta complejidad en la Provincia de Ocaña, con altos estándares de calidad y mejora continua a los usuarios del sistema general de seguridad social en salud en la sede principal y redes integradas; basadas en la participación social, el desarrollo del Talento Humano, la relación docencia - servicio e investigación, con tecnología apropiada y en pro de la sostenibilidad

financiera, respetando la dignidad del individuo, con enfoque diferencial, enfoque de género, enfoque de derechos, logrando satisfacer las necesidades en salud”.

El hospital es una empresa que presta servicios de salud a todos los ciudadanos de la región, enfocada en poder brindar un buen servicio a todos sus usuarios, en busca de la mejora institucional desde la parte interna hacia el exterior.

Objetivos organizacionales

Los objetivos son fundamentales para tener claro en la institución hacia dónde se quiere llegar y hacer cumplirlos, a continuación, los objetivos institucionales, los que se centran en dar un buen servicio y trabajar para la comunidad.

“Contribuir al desarrollo social de la región mejorando la calidad de vida, y reduciendo la morbilidad, la mortalidad, la incapacidad y la angustia evitables en la población usuaria, en la medida en que esto esté a su alcance.

Producir servicios de salud eficientes y efectivos, que cumplan con las normas de calidad establecidas de acuerdo con las reglamentaciones que se expidan para tal propósito.

Garantizar, mediante un manejo gerencial adecuado, la rentabilidad social y financiera de la empresa.

Ofrecer a las Empresas Promotoras de salud y demás personas naturales o jurídicas que lo demandan, servicios y paquetes de servicios a tarifas competitivas en el mercado.

Satisfacer los requerimientos del entorno, adecuando continuamente sus servicios y funcionamiento.

Garantizar los mecanismos de participación ciudadana y comunitaria establecidos por la ley y los reglamentos.

Prestar servicios de salud que satisfagan de manera óptima las necesidades y expectativas de la población en relación con la promoción, el fomento y la conservación de la salud y la prevención, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad.

Satisfacer las necesidades esenciales y secundarias de salud de la población usuaria a través de acciones gremiales, organizativas, técnico-científicas y técnico-administrativas.”

(HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES, 2019)

Principios Organizacionales

Los principios corporativos de la Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares están definidos como reglas o normas generales que rigen el pensamiento o la conducta de los empleados.

Respeto: Es la actitud en el reconocimiento de los intereses y sentimientos del otro, valorando los derechos, condición y circunstancias de las personas.

Honestidad: Cada persona del Hospital sustenta una gestión transparente en cada una de sus actuaciones, racionalizando la utilización de los recursos y empleándolos únicamente para el logro de los objetivos y fines institucionales.

Solidaridad: Es la práctica de la mutua ayuda, aplicada en el Hospital, entre las personas, las instituciones, los sectores económicos, las regiones y las comunidades bajo el esquema donde el más fuerte apoya al más débil.

Equidad: Es la prestación de servicios integrales de salud con responsabilidad y valoración de la igualdad de los clientes o usuarios del Hospital que lo requieran, sin que medien barreras culturales, sociales, geográficas, económicas u organizacionales.

Lealtad: Fidelidad, prudencia y aceptación de los vínculos implícitos que caracteriza a las personas del Hospital, respecto de las ideas con la cuales se identifican o no; por ello cada uno posee un alto sentido de pertenencia, lo cual permite el cumplimiento de sus labores diarias.” (HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES, 2021)

4.3.2. Reconocimiento y análisis de la estructura orgánica.

Según La E.S.E Emiro Quintero Cañizares dentro de su estructura organizacional según el acuerdo 010 de 2003, se define la estructura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

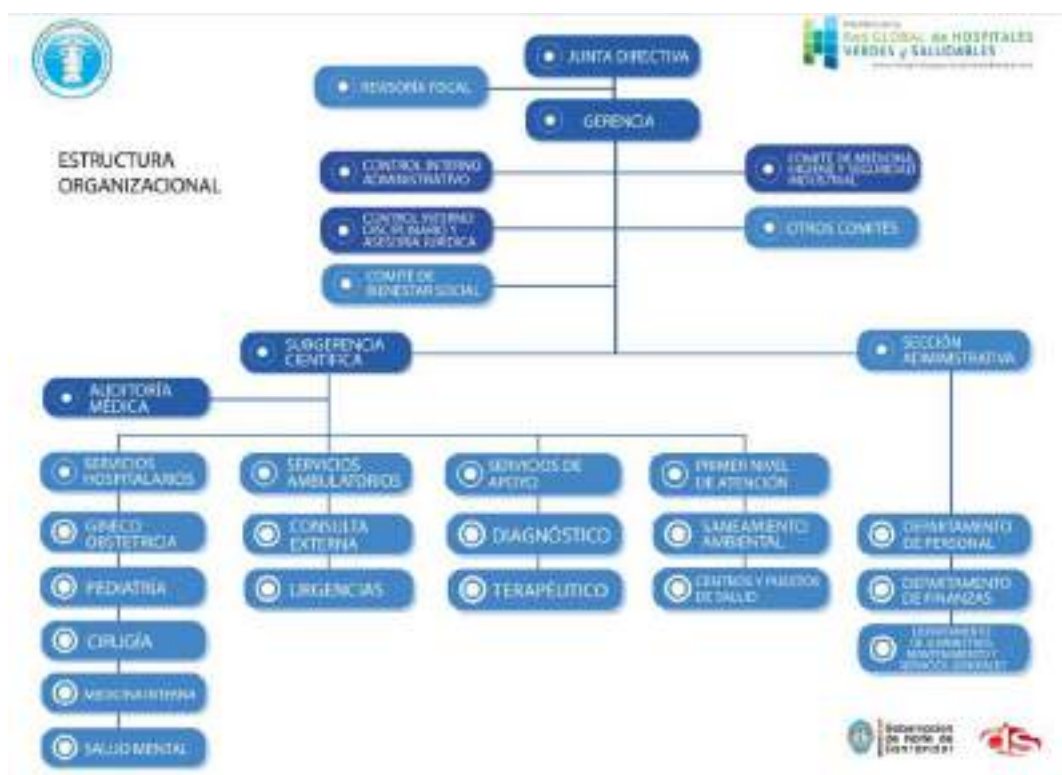


Figura 31. Organigrama Hospital Emiro Quintero Cañizares. Obtenido de <http://www.heqc.gov.co/entidad/organigrama>

En la estructura se puede ver las diferentes áreas que conforman la institución hospitalaria. Así mismo, se puede apreciar que la dependencia de comunicaciones no está en la estructura. Lo que evidencia la poca importancia que se le da al área en el hospital.

4.3.3. Canales de comunicación.

Canales de comunicación

Los canales de comunicación del hospital se dividen para sus dos públicos: sus empleados y la comunidad en general.

Los canales de comunicación interna están formados por el correo electrónico con el flujo de información de comunicados internos para cada uno de sus empleados, uno de los más usados, los grupos de WhatsApp internos entre dependencias ayudan a que la comunicación entre empleado y jefe sea más directa y clara, carteleras dentro de la institución con información institucional para sus empleados la tengan presente en sus jornadas laborales.

Los canales de comunicación externa se conforman por la página web donde se encuentra todos los datos de la institución, procesos e información para sus usuarios, líneas telefónica para suministrar todo lo que el usuario necesite que se le suministre de información, comunicados de prensa que brindan una información más formal de los procesos del hospital que van dirigidos a sus empleados y su público en general, y las redes sociales donde el público se puede informar de una forma más dinámica de todo lo que la institución ofrece y hace

Stakeholders

Los clientes internos de la organización están ligados a través de los procesos que la institución tiene internamente para la población en general, La imagen del Hospital Emiro Quintero Cañizares en sus clientes externos, se ve reflejada por las acciones establecidas en sus objetivos, planes y acciones de la organización.

- Asamblea Departamental Norte de Santander
- Alcaldía Municipal de Ocaña en Norte de Santander
- Concejo municipal de Ocaña
- E.S.E Hospital San Juan Crisóstomo
- IMDER en Norte de Santander

4.3.4. Análisis del contexto.

Diagnóstico de la gestión comunicativa

Para la elaboración del plan estratégico de comunicación, es parte fundamental la recolección y redacción de un diagnóstico que permite determinar los pros y contra de la institución. Los pasos que se desarrollarán en el proceso de recolección de la información, análisis y redacción del plan estratégico.

La recolección de información secundaria de la institución como lo es la misión, visión, principios organizacionales, entre otros, se utilizó una metodología mixta en donde se contó con el apoyo del jefe de prensa de la institución y los empleados en general, esta metodología facilitó por medio de las encuestas y entrevistas semiestructuradas, poder contar con las opiniones de diferentes empleados, para así evidenciar cómo se encuentra el hospital en cuanto a las comunicaciones, clima y cultura organizacional.

este modelo de análisis que se divide en dos:

En primer lugar, las encuestas, que contaban con una serie de preguntas generalizadas, con información personal del empleado y también una serie de preguntas que están relacionadas con la comunicación, clima y cultura organizacional.

La segunda parte, se conforma de una entrevista estructurada dirigida a los jefes de dependencias con preguntas de información personal, preguntas relacionadas con el tema de estudio y seguido de preguntas abiertas que surgen en el momento de la entrevista, una forma de poder un poco más de cómo las comunicaciones dentro del hospital.

Por medio de esta metodología, se pudo evidenciar que el Hospital Emiro Quintero Cañizares existen muchas problemáticas internas en diferentes temas como: deficiente manejo del corazón ideológico y la falta de interés por parte de los dirigentes de turno, han creado un círculo vicioso de rumores, chismes y comentarios que afectan de manera directa e indirecta el ambiente laboral en la entidad. Lo cual debilita las relaciones laborales y personales entre empleados, limitando el crecimiento de la compañía.

Actualmente en el Hospital Emiro Quintero Cañizares los procesos de comunicación interna se encuentran de la siguiente manera: a nivel organizacional la entidad de salud cuenta con diferentes canales comunicativos como correo electrónico, página web, medio impresos; además del uso de aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp, Facebook e Instagram, sin embargo, entre todos estos, los colaboradores destacan que es el correo electrónico el canal con mayor flujo de comunicación interna.

Los procesos de comunicación externa son llevados a cabo principalmente por medio de pizarras o tableros informativos ubicados en las instalaciones del Hospital; también, a través de los canales digitales anteriormente expuestos (Facebook e Instagram) y de los medios de comunicación regionales.

Las condiciones del clima organizacional se lograron evidenciar mediante la recolección de información, que se presentan situaciones derivadas de rumores, chismes y malos comentarios entre compañeros son el epicentro de un ambiente de trabajo negativo; Asimismo, de las

principales quejas de los usuarios del Hospital en el SIAU (Servicio de información y Atención al Usuario) están relacionadas con el trato o servicio deshumanizado.

En cuanto a la cultura de la organización, se identificaron aspectos importantes; como el desconocimiento que los empleados tienen de la información de la organización (misión, visión, objetivos). Así como también se desconocen las estructuras de poder y los símbolos visuales con los cuales cuenta la organización.

Se observó además que algunos lugares de trabajo no se hallan en óptimas condiciones, ya que se encuentran desmejorados a nivel estructural; los espacios son reducidos, este caso se presenta principalmente en urgencias, y presentan altas temperaturas, siendo esta última la mayor queja por parte de los empleados del H.E.Q.C. Sumado a esto, los colaboradores, no cuentan con implementos actualizados para el buen desarrollo de sus labores cotidianas; lo que afecta el cumplimiento de los objetivos eficaz y eficientemente.

4.3.5. Direccionamiento estratégico.

El direccionamiento estratégico permite a la institución establecer el propósito de las acciones de comunicación, clima y cultura organizacional, que debe desarrollar en periodo del 2021 - 2022.

Se inició con un análisis de la situación en que se encontraba el hospital, el diagnóstico permitió establecer ejes estratégicos que permitirán direccionar las acciones y lineamientos estratégicos que dan respuesta a las necesidades de la institución.

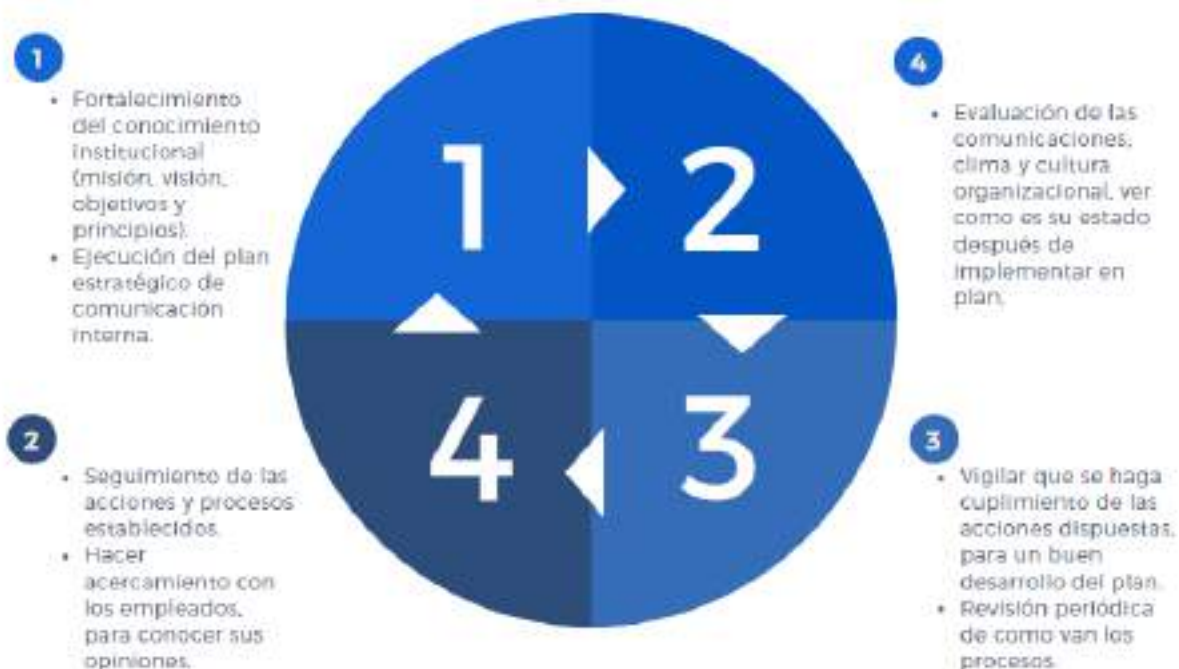


Figura 32. Direccionamiento estratégico

4.3.6. Objetivo del plan.

4.3.6.1. Objetivo General. Diseñar el plan estratégico de comunicaciones como guía para el cumplimiento correcto de los planes internos y externos del Hospital Emiro Quintero Cañizares

4.3.6.2. Objetivos específicos.

- Fortalecer los canales de comunicación interna y externa Hospital Emiro Quintero Cañizares.
- Diseñar acciones de integración social en donde la población se vea integrada
- Mejorar la página web que sea más clara y sea más fácil para la población de encontrar lo que necesitan.

- Difusión de información constante, precisa y actualizada de los sucesos importantes que se desarrollan al interior del Hospital Emiro Quintero Cañizares.
- Generar espacios de integración entre las diferentes dependencias de la institución, para mejorar el flujo de información interna y externa.

4.3.7. Ejes, líneas y acciones estratégicas.

Después de establecer los objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones, es pertinente proyectar los ejes, líneas y acciones estratégicas:

Ejes estratégicos



Figura 33. Ejes estratégicos

Líneas estratégicas

Comunicación: Este lineamiento permite la organización y consolidación del área de comunicaciones del Hospital, en la cual se trabaja para tener un buen flujo de información interna y externa; donde el fortalecimiento de la comunicación es uno de los puntos más importantes para el desarrollo de la institución de salud.

Trabajo social: El Hospital Emiro Quintero Cañizares trabaja para brindarle a sus usuarios un servicio más humano, porque es muy importante mantener un buen acercamiento con sus usuarios; para así poder generar espacios de integración social.

Clima organizacional: el buen ambiente en las instituciones es muy importante, para que se pueda ver un buen desarrollo del hospital, el generar buenos espacios de integración en todas las dependencias que conforman la misma, haciendo que el flujo de información interna y externa se mejore.

Redes sociales: son el medio para dar a conocer los procesos internos o externos que se llevan a cabo en la institución, es un puente que da una forma diferente de acercamiento con la población en general; Las redes le permiten obtener información más fácil y clara.

4.3.8. Planeación estratégica.

Tabla 3

Planeación estratégica

Comunicación interna				
Línea estratégica	Objetivo	Acciones estratégicas	Responsable	Fuente de financiación
Comunicación	Fortalecer los canales de comunicación interna y externa Hospital Emiro Quintero Cañizares.	Analizar los canales de comunicación interna y externa.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Diseñar estrategias que mejoren el flujo de información.		
		Desarrollar proyectos de comunicación comunitaria.		
Trabajo Social	Diseñar acciones de integración social en donde la población se vea integrada	INTEGRACIÓN SOCIAL	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Generar campañas de integración social.		
		Campañas de acompañamiento al usuario.		
		Hacer cubrimiento periodístico de las actividades del Hospital.		

Fuente: Elaboración propia

“Tabla 3” “Continuación”

Comunicación interna				
Línea estratégica	Objetivo	Acciones estratégicas	Responsable	Fuente de financiación
Clima Organizacional	Generar espacios de integración entre las diferentes dependencias de la institución, para mejorar el flujo de información interna y externa.	CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL Hacer acercamientos con jefes y empleados, para escuchar sus opiniones.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Diseñar planes de integración para los empleados.		
Comunicación externa				
Redes Sociales	Mejora la página web para que sea más clara y sea más fácil para la población de encontrar lo que necesitan.	Crear estrategias para mejorar la página web.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Hacer más sencillo la búsqueda de información en la página web. Diseñar mejor la forma de acceso de información para el usuario.		

4.3.9. Seguimiento y evaluación.

Acciones de seguimiento

El proceso de seguimiento se hace para que se permita establecer el buen cumplimiento de los objetivos. Esto se obtiene a través de los indicadores de seguimiento, que son una herramienta que evalúa la planeación y procesos en general de las comunicaciones dentro de la institución.

Para el cumplimiento del plan estratégico de comunicaciones; se realizará de la siguiente forma:

El Hospital deberá hacer una evaluación general del proceso de comunicaciones dentro de este, para ver que tanto se cumplen los objetivos, estrategias y acciones que se hacen para el cumplimiento del plan estratégico.

La revisión será por la oficina de comunicaciones, serán los encargados del cumplimiento, acciones y estrategias que conforman este plan.

El seguimiento y los resultados deberán ser consignados en un informe donde se indique cómo va el cumplimiento del plan estratégico.

Matriz de seguimiento y evaluación

Para hacer un seguimiento pertinente a las acciones del Plan estratégico se propone la siguiente matriz:

Tabla 4*Matriz de seguimiento y evaluación*

Actividad de seguimiento	Instrumentos	Limitaciones encontradas	Resultado obtenido
Se redactan las acciones plasmadas en la matriz.	Medios a utilizar para el cumplimiento de la actividad.	Inconvenientes (si los hubo) presentados en la ejecución de actividades.	Resultado de ejecución que se ha obtenido.

Fuente: Elaboración propia

4.3.10. Presentación de resultados.

Existen muchas formas de presentación de resultados en los planes estratégicos, para la presentación de este, se hace uso de un formato sencillo y fácil de diligenciar, para que sea más fácil a la hora de reunir resultados.

Tabla 5*Formato de presentación de resultados*

Nombre de la institución
Título de la actividad
Responsable

Desarrollo de la actividad: Hacer una descripción detallada de cómo se implementó, desarrolló y terminó la actividad.

Resultados: Resumen explicativo de cada una de las actividades establecidas

Conclusiones: Identificar los resultados y la implicancia de los mismos en cuanto a objetivos, acciones y actividades.

Fuente: Elaboración propia

El Plan Estratégico se plasmó en una cartilla para facilidad de su lectura y comprensión por parte de los colaboradores de empresa; en este sentido, el diseño se hizo en Corel Draw, en el cual se pueden formatos de diseño:

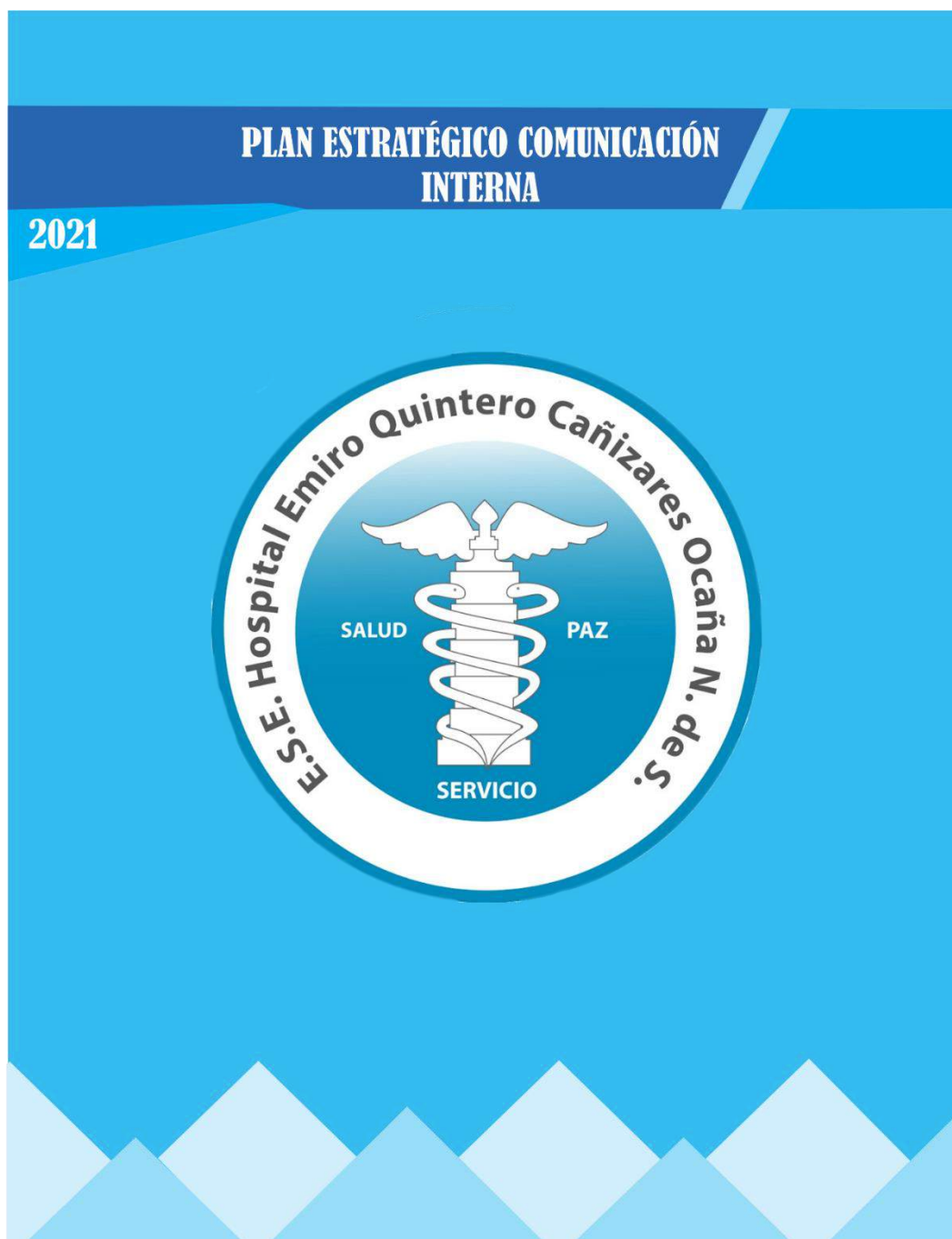


Figura 34. Portada del plan estratégico. Fuente: Autora (2021)

Luego de diseñarse el documento, fue entregado a la oficina de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares, para que lo tengan en cuenta a la hora de abordar dicha

temática tan importante. Para ver el diseño del Plan Estratégico de Comunicaciones, ir al apéndice F.

Capítulo 5. Conclusiones

Existen muchas problemáticas internas en el Hospital Emiro Quintero Cañizares, temas como el deficiente manejo del corazón ideológico y la falta de interés por parte de los dirigentes de turno, han creado un círculo vicioso de rumores, chismes y comentarios que afectan de manera directa e indirecta el ambiente laboral en la entidad. Lo cual debilita las relaciones laborales y personales entre empleados, limitando el crecimiento de la compañía. Esto debido al poco interés por parte de los empleados a realizar las actividades competentes, pues no se ven estimulados de ninguna manera, lo que causa un crecimiento de la zona de confort y una baja en la productividad diaria de los mismos.

Poca o casi nula interacción entre empleados de distintos departamentos. Esto mantiene abovedado al personal en cuestión, haciendo que la información se quede encasillada en el área correspondiente, dejando a un lado los aportes significativos que pueden surgir al relacionarse de manera oralmente y física con otras personas.

Frente al tema de favoritismos, se debe buscar una estrategia que ayude a mitigar la situación en cuestión. Pues esta es una de las principales causas de envidia y recelo que surge al no sentir apoyo a nivel jerárquico. Creando un "ambiente pesado", que entorpece las labores profesionales del círculo en el que se desarrolla la incomodidad.

El área de comunicaciones necesita más empleados, para que así, pueda a ver un mejor manejo de la comunicación y que sea eficaz.

Los canales de difusión de información se encuentran en buenas condiciones, en el marco del cumplimiento de sus funciones. Sin embargo, se debe plantear mejoras a nivel interno, que ayuden a difundir la información a todos los sectores laborales del hospital. En un gran porcentaje de casos, los empleados no cuentan con las herramientas necesarias para el acceso a las diferentes plataformas, así como a las aplicaciones en las que suele suministrarse la

información. Sumado a esto es posible evidenciar la falta de conocimiento de las herramientas tecnológicas y la poca importancia que se le da a los comunicados que surgen tanto del área administrativa y gerencia, como de los mismos departamentos al que se pertenece. Por lo cual, es importante la creación de un plan de comunicaciones que ayude y maximice el impacto de la información, causando mayor interés en quien la recibe.

Los empleados no conocen bien a la organización, falta más capacitación en el fortalecimiento de ellos en cuanto a conocimiento de la E.S.E.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se recomienda para el desarrollo de nuevas investigaciones en esta área, implementar herramientas de medición más amplias y que tengan alcance en el cliente interno y externo.

Aplicar las herramientas de manera presencial y no virtual, ya que se puede tener mejor información.

Apoyarse en la oficina de comunicaciones, para mejorar la calidad de la información obtenida.

7. Referencias

- (1983), F. (. (s.f.). (1983), *Fincher (1983)* y *Nash*. Obtenido de (1983), *Fincher (1983)* y *Nash*:
<http://centrodedesarrollogerencial.blogspot.com/2013/01/definiciones-y-dimensiones-del-clima.html>
- (2014). En Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 155).
- A. Bandolini, M. G. (2009). *Comunicación Interna*. Buenos Aires: DIRCOM.
- Aguirre. (1990).
- Álvarez, C. E. (2005). Clima organizacional en empresas colombianas 1980-2004. *Universidad & Empresa*.
- Anzola, (s.f.). Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- Armas, G. (julio de 2014). *Universidad Rafael Landívar*. Obtenido de Gabriel, A. S. (2014). *Estudio de Comunicación Interna y Clima Laboral*. Quetzaltenango.
- Arzamendia, J. N. (2014). *Memorias del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Salud*. Obtenido de <http://www.ins.gov.py/revistas/index.php/iics/article/view/284>
- Arzamendia, N. (s.f.). *Memorias del Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Salud*. Obtenido de <http://www.ins.gov.py/revistas/index.php/iics/article/view/284/225>
- Ascanio, L. M. (8 de mayo de 2018). *E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares*. Obtenido de <http://www.heqc.gov.co/directorio-institucional/sistema-de-informacion-y-atencion-al-usuario-siau-433716>

- Bonilla, B. (2003). Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- Buendía. (1998).
- Burgos, C. M. (junio de 2014). *DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DEL ORGANISMO TÉCNICO DE CAPACITACIÓN, UDEC CAPACITA LTDA*. Concepción. Obtenido de <file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/TESIS-Claudia-Moreno-Burgos.pdf>
- Bustamante-Ubilla MA, L.-M. M. (2016). Creación de un cuestionario de clima organizacional para hospitales de alta complejidad, Chile. *Rev. Gerenc. Polít. Salud*, <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.rgyys15-30.ccco>.
- Bustamante-Ubilla, M. A. Obtenido de http://mggp.otalca.cl/docs/taller_de_salud_publica/ANALISIS_DEL_CLIMA_ORGANIZACIONAL_EN_EL_HRT.pdf
- Cañizares, E. H. .Obtenido de <http://www.heqc.gov.co/entidad/mision-y-vision>
- Capriotti. (2009).
- Capriotti. (2009). En *Branding Corporativo* (pág. 39).
- CARDONA, A. M. (2013). *UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA*.
- CELIS MAYA, J. S. (20 de septiembre de 2018). *Desarrollo personal*. Obtenido de <https://www.sebascelis.com/la-piramide-del-exito-empresarial-segun-john-wooden/>
- Collado, C. F. .*Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos*. Obtenido de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1134>

Colombia, C. P. (1991). Art 64. Colombia.

Constitucion .

Constitución. (1991). *Art 15*. Colombia.

Corella, R. (2000).

Cyberclick. (20 de Septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.cyberclick.es/marketing>

David, B. T. (Enero de 2014). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>

Denison, D. R. (1989).

Dess, L. y. (2003). Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>

E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares. (17 de abril de 2018). Obtenido de <http://www.heqc.gov.co/entidad/nuestra-entidad>

E.S.E Hospital Emiro Quintero Cañizares. (17 de abril de 2018). Obtenido de <http://www.heqc.gov.co/entidad/nuestra-entidad>

Emprende Pyme.net. (20 de septiembre de 2018). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/auditoria>

Fayol. (1949).

Fernández. (1996).

Fierro, M. G. (2013). *LA CULTURA ORGANIZACIONAL, VARIABLE IMPORTANTE PARA OBTENER VENTAJA COMPETITIVA*. Bogotá.

fincher. (s.f.). Obtenido de

<http://centrodedesarrollogerencial.blogspot.com/2013/01/definiciones-y-dimensiones-del-clima.html>

Gilmer, F. y. (1964).

González, I. B. (2014). *Elsevier*. Obtenido de [http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-](http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624)

[gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624](http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624)

González, I. B. (2014). *ELSEVIER*. Obtenido de [http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-](http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624)

[gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624](http://www.elsevier.es/es-revista-estudios-gerenciales-354-articulo-el-clima-organizacional-su-relacion-S0123592314001624)

Gregor, D. M. (s.f.). Obtenido de [http://www.theodinstitute.org/joomla/que-dicen-los-expertos-](http://www.theodinstitute.org/joomla/que-dicen-los-expertos-en-empresas-y-do/10-autores/169-mc-gregor-douglas.html)

[en-empresas-y-do/10-autores/169-mc-gregor-douglas.html](http://www.theodinstitute.org/joomla/que-dicen-los-expertos-en-empresas-y-do/10-autores/169-mc-gregor-douglas.html)

gutierrez, m. (s.f.). Obtenido de

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutierrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=E05DF6BD35B01931EDB55DDC6565BB1A?sequence=1>

gutierrez, m. (s.f.). Obtenido de

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/10669/GutierrezFierroMelissa2013.pdf;jsessionid=E05DF6BD35B01931EDB55DDC6565BB1A?sequence=1>

Henao, A. d. (12 de diciembre de 2016). *revistas usantotomas*.

ISOTools. (10 de agosto de 2015). Obtenido de <https://www.isotools.com.co/iso-9001-auditorias-de-calidad/>

Jablin. (1986).

Jiménez, J. G. (s.f.). En *La Comunicación Interna*.

Kahn, (. y. (1986).

Kahn, K. y. (1966).

Lewin, K. (1951). *field theory in social sciencie*. New York.

Likert, R. (1967). *The human organization*. New York: MC Graw Hill.

Loaiza, R. D. (2015). *Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Católica de Manizales*.

Obtenido de

<http://www.cadernosdeterapiaocupacional.ufscar.br/index.php/cadernos/article/viewFile/1735/874>

Metodología de la investigación. (2014).

Mitología. (4 de marzo de 2010). Obtenido de <http://eladiohs.blogspot.com/2010/03/templo-de-esculapio.html>

Pace. (1968).

Peralta, R. (26 de 06 de 2002). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/el-clima-organizacional/>

Politica, C. (1991). *Art 78*. Colombia.

Punina, Á. P. (2016). MEDICIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL. *Ciencias Administrativas*, 17.

Puyal, L. (2001). *La comunicación interna y externa en la empresa*. Obtenido de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/comui/100.HTM>

R., S. (1999). *Comportamiento organizacional*. México.

Ralph D. Stacey, c. p. (s.f.). Obtenido de Ralph D. Stacey, citado por Barón (2006)

REBEIL. (2010).

Saiz, J. B. (28 de mayo de 2008). *Marketing*. Obtenido de Blog sobre mercado tendencias 21:

https://www.tendencias21.net/marketing/El-Plan-de-Comunicacion_a31.html

Sampieri. (2014).

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL /

INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la*

investigación (págs. 154-156). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA

EDITORES, S.A. DE C.V.

scielo. (2016). Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v15n30/v15n30a10.pdf>

SICALIDAD, S. I. (2007). Obtenido de

http://www.msp.gob.do/oai/documentos/Publicaciones/PUB_SistemaIntegralCalidadEnSalud_20120813.pdf

Stephen, S. R. (1978).

Tagiuri. (1968).

Taylor. (1911).

Universidad de San Carlos de Guatemala. (noviembre de 2014). Obtenido de

<http://www.repositorio.usac.edu.gt/1777/1/22Tes%28554%29Ad.Ed.%20ESTRELLA%20LINARES.pdf>

Velez, G. C. (2017). *Universidad César Vallejo*. Obtenido de

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/4378/Calixto_VG.pdf?sequence=1&i

Vicuña, S. D. (2012). Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>

VILLAGRAN, E. L. (noviembre de 2014). *Universidad de San Carlos de Guatemala*. Obtenido de <http://www.repositorio.usac.edu.gt/1777/1/22Tes%28554%29Ad.Ed.%20ESTRELLA%20LINARES.pdf>

Zulli, E. Á. (2015).

Zulli, E. Á. (2015). Obtenido de <https://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/5588/Tesis%20Final.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

8. Apéndices

8.1. Apéndice A. Carta de solicitud de permiso para el ingreso al Hospital Emiro Quintero

Cañizares

Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Santander
TEL: 800 121 022

Ocaña, 18 de octubre de 2019

SEÑOR:
JAIRO PINZÓN LÓPEZ
Gerente HIEOC

HSE HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES
Radiación: 1809-J-00018 26/10/2019 11:37 am
CMI Desord: 006 Serie DESO: 130 04
Anexo: 0 Rolos: 1
Atendido: PINZÓN LÓPEZ JAIRO

Cordial saludo,

Yo Elvis Ferrando Rios Pacheco, docente del programa de comunicación social de la UFPBO, junto con los estudiantes del mismo programa: Jessica Paola Galván Aherría identificada con cédula de ciudadanía 1.001.680.772 de Ocaña Norte de Santander; Walter Leonardo Castro Reyes identificado con cédula de ciudadanía 1.001.684.138 de Ocaña Norte de Santander y Aura María Sangaino Yepes identificada con cédula de ciudadanía 1.003.624.765 de San Martín Cesar, estamos realizando un proyecto de investigación denominado: "ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER", el cual tiene como finalidad el análisis del funcionamiento de los tres ejes de estudio, para generar una estrategia de comunicación que incentive el fortalecimiento de todas las áreas del hospital a partir de la comunicación interna.

Por lo anterior, solicitamos amablemente su valioso apoyo para suministrar información importante para la investigación:

1. Conocer información referente al área de comunicaciones como: planes estratégicos y medios de comunicación internos que funcionan en la actualidad.

CS Scanni CamScanner

Vía Académica, Sede el Nacional, Ocaña, Colombia - Código postal: 540512
Línea gratuita nacional: 81 8000121 022 - FONO: (+57) (7) 5020080 - Fax: Ext. 104

2. Realizar una entrevista semiestructurada al personal experto en el área de comunicaciones, jefe de personal y gerente, respecto a los temas mencionados.
3. Realizar una encuesta sobre comunicación, clima y cultura organizacional a 300 empleados, como muestra representativa de la población objeto de estudio.

En contra parte, los investigadores entregarán al finalizar la investigación, una copia del Plan de Comunicaciones Interno, para que el departamento encargado de estas acciones lo pueda tener en cuenta a la hora de ejecutar sus actividades.



ELYIS FERNANDO RÍOS PACHECO

Cédula: 1.055.879.066

Director del Proyecto de Investigación

cc. Área de Recursos Humanos H.E.Q.C.



Scotiabank



8.2. Apéndice B. Diseño de la encuesta y validación para su aplicación por la docente Ana Paola Balmaceda Mora.

**ENCUESTA DE COMUNICACIÓN, CLIMA Y CULTURA
HOPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES
Ocaña, Norte de Santander**

El objetivo de esta encuesta es evaluar las condiciones internas de la comunicación, clima y cultura organizacional del Hospital Emiro Quintero Cañizares del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

1. Sexo

Masculino

Femenino

2. ¿En cuál de los siguientes rangos se ubica su edad?

18 a 29 años

30 a 39 años

40 a 49 años

50 a 59 años

Más de 60 años

3. ¿Cuál es su antigüedad en la empresa?

Menos de 2 años

De 2 a 5 años

De 6 a 10 años

De 11 a 20 años

Más de 20 años

4. ¿A qué departamento o área del hospital pertenece?

5. ¿Tiene personal de trabajo a su cargo?

Sí

No

Ana Paola Balmaceda Mora
20/10/19

CS Scanned with CamScanner

6. ¿Está usted satisfecho con el ambiente laboral en el Hospital Emiro Quintero

Califique:

- SI
 No

SEGUNDA PARTE

Para las siguientes afirmaciones escoja una de las opciones a, b, c ó d, según estas reflejen su postura frente a lo planteado en las aseveraciones, teniendo en cuenta el siguiente criterio de selección:

- a. Si está completamente de acuerdo con el enunciado en la aseveración. (Estoy de acuerdo)
- b. Si su inclinación es estar de acuerdo con la frase, pero no categóricamente. (Tiendo a estar de acuerdo)
- c. Si su inclinación es estar desacuerdo con la frase, pero no categóricamente. (Tiendo a estar en desacuerdo)
- d. Si está completamente en desacuerdo. (Estoy en desacuerdo)

Nº	CUESTIONARIO	Estoy de acuerdo	Tiendo a estar de acuerdo	Tiendo a estar en desacuerdo	Estoy en desacuerdo
1	Me siento orgulloso/a de trabajar en la Organización				
2	Conozco cuál es la misión y visión del hospital				
3	Conozco los valores corporativos y me identifico con ellos				
4	Pienso que en la institución todos los empleados se valoran por igual				
5	Pienso que los canales de difusión de información funcionan correctamente				
6	En general, considero que la Organización está bien liderada				

7	La comunicación en mi dependencia es efectiva
8	La institución toma en cuenta las sugerencias y peticiones de sus empleados
9	Cuento con las herramientas, elementos y equipos adecuados para realizar mi trabajo
10	La Organización fomenta y me da oportunidades para mi crecimiento profesional
11	Considero que la remuneración que recibo está acorde con las labores que desempeño
12	Pienso que en la Organización podemos expresar opiniones sin temor a represalias
13	Los procesos de planeación dentro de la Organización son participativos con los empleados
14	En la Organización valoramos por igual a hombres y mujeres
15	Considero que existe un buen ambiente de trabajo
16	Cuento con los beneficios que ofrece la Organización tales como salud, pensión y ARL
17	Cuando ingresé en la Compañía recibí suficiente información sobre la misma
18	El jefe de dependencia escucha las opiniones de sus trabajadores y le felicita cuando este hace bien su trabajo.
19	Las condiciones de espacio, ruido, temperatura, iluminación... me permiten desempeñar mi trabajo con normalidad
20	Los comunicados internos me proporcionan información útil
21	En la institución me tratan justamente y evitan cualquier tipo de favoritismos
22	Recibo la ayuda que necesito del departamento de comunicaciones del hospital
23	Recomiendo al Hospital Emiro Quintero Cañizares como un lugar donde trabajar
24	Considero adecuados e importantes los proyectos de Responsabilidad Social implementados en el hospital



7	La comunicación en mi dependencia es efectiva
8	La institución toma en cuenta las sugerencias y peticiones de sus empleados
9	Cuento con las herramientas, elementos y equipos adecuados para realizar mi trabajo
10	La Organización fomenta y me da oportunidades para mi crecimiento profesional
11	Considero que la remuneración que recibo está acorde con las labores que desempeño
12	Pienso que en la Organización podemos expresar opiniones sin temor a represalias
13	Los procesos de planeación dentro de la Organización son participativos con los empleados
14	En la Organización valoramos por igual a hombres y mujeres
15	Considero que existe un buen ambiente de trabajo
16	Cuento con los beneficios que ofrece la Organización tales como salud, pensión y ARL
17	Cuando ingresé en la Compañía recibí suficiente información sobre la misma
18	El jefe de dependencia escucha las opiniones de sus trabajadores y le felicita cuando este hace bien su trabajo.
19	Las condiciones de espacio, ruido, temperatura, iluminación... me permiten desempeñar mi trabajo con normalidad
20	Los comunicados internos me proporcionan información útil
21	En la institución me tratan justamente y evitan cualquier tipo de favoritismos
22	Recibo la ayuda que necesito del departamento de comunicaciones del hospital
23	Recomiendo al Hospital Emiro Quintero Cañizares como un lugar donde trabajar
24	Considero adecuados e importantes los proyectos de Responsabilidad Social implementados en el hospital



8.3. Apéndice C

Se presenta a continuación los documentos escaneados donde se sustenta nombres, cargos, fecha, y responsable, además de las condiciones de confidencialidad. Adjuntando a la misma, la transcripción correspondiente de las entrevistas.

US Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Vigada Mineducación
NIT. 800 163 130 - 0

K-IV-DIE-004 Rev: C 23-02-2016

Fecha: 10 de Diciembre 2019.
Hora: 10:30 am
Lugar (Ciudad y Sitio específico): Ocaña, oficina talento humano
Entrevistador (a): Leonardo Castro
Entrevistado(a) (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):
Norma C. Gallardo, Femenino, Jefe Talento Humano

Introducción

El proyecto ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER tiene como objetivo evaluar las condiciones del ambiente laboral, así como reconocer los factores que influyen positiva o negativamente en el clima y la cultura organizacional de la entidad.

Atendiendo a lo anterior, se formula esta entrevista que está dirigida al gerente del hospital y a los jefes de los departamentos de prensa y comunicaciones, RRIII, promoción y prevención y al jefe de auxiliares e internos del hospital; los cuales están encargados de las dependencias que poseen una mayor intervención en los procesos de comunicación interna y externa de la entidad.

Características de la entrevista

Los entrevistadores harán uso de la información obtenida en las entrevistas respetando un acuerdo de confidencialidad, por consiguiente, los receptor no obtendrá derecho alguno, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo.

La entrevista no durará más de quince (15) minutos.

Preguntas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su cargo?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando para la organización?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes dentro de los procesos comunicativos en el departamento que direcciona?
5. ¿Qué tan efectivos son los medios y canales de difusión de información al interior del hospital?

Via Acolzare, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax Ext. 104

CS Scan CamScanner

6. ¿Qué estrategias de comunicación, clima y cultura organizacional ha implementado para mejorar el rendimiento de sus colaboradores a su cargo?
7. ¿Cómo promueve la integración e interacción entre los colaboradores de su área de trabajo?
8. ¿Qué quejas se presentan con mayor frecuencia que considere usted que afecten el clima o ambiente laboral?
9. ¿Considera que es importante establecer canales comunicativos entre los colaboradores de los diferentes departamentos?
10. ¿Cómo se tratan los PQRS en su departamento?



Fecha: 10 de Diciembre 2019

Hora: 12m

Lugar (Ciudad y Sitio específico): Ocaña

Entrevistador (a): Leonardo Castro - Jessica Galván

Entrevistado(a) (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

Marcela Durán, Femenino, Jefe Auxiliares Asistenciales

Introducción

El proyecto ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER tiene como objetivo evaluar las condiciones del ambiente laboral, así como reconocer los factores que influyen positiva o negativamente en el clima y la cultura organizacional de la entidad.

Atendiendo a lo anterior, se formula esta entrevista que está dirigida al gerente del hospital y a los jefes de los departamentos de prensa y comunicaciones, RRHH, promoción y prevención y al jefe de auxiliares e internos del hospital; los cuales están encargados de las dependencias que poseen una mayor intervención en los procesos de comunicación interna y externa de la entidad.

Características de la entrevista

Los entrevistadores harán uso de la información obtenida en las entrevistas respetando un acuerdo de confidencialidad, por consiguiente, los receptor no obtendrá derecho alguno, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo.

La entrevista no durará más de quince (15) minutos.

Preguntas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su cargo?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando para la organización?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes dentro de los procesos comunicativos en el departamento que direcciona?
5. ¿Qué tan efectivos son los medios y canales de difusión de información al interior del hospital?



Scan
 CamScanner



Fecha: 09 de Diciembre 2019

Hora: 12:30pm

Lugar (Ciudad y Sitio específico): Ocaña, SIAU

Entrevistador (a): Aura Sanguino

Entrevistado(a) (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

Maria Paula Coronel, Femenino, Lider SIAU

Introducción

El proyecto ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER tiene como objetivo evaluar las condiciones del ambiente laboral, así como reconocer los factores que influyen positiva o negativamente en el clima y la cultura organizacional de la entidad.

Atendiendo a lo anterior, se formula esta entrevista que está dirigida al gerente del hospital y a los jefes de los departamentos de prensa y comunicaciones, RRHH, promoción y prevención y al jefe de auxiliares e internos del hospital; los cuales están encargados de las dependencias que poseen una mayor intervención en los procesos de comunicación interna y externa de la entidad.

Características de la entrevista

Los entrevistadores harán uso de la información obtenida en las entrevistas respetando un acuerdo de confidencialidad, por consiguiente, los receptor no obtendrá derecho alguno, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo.

La entrevista no durará más de quince (15) minutos.

Preguntas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su cargo?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando para la organización?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes dentro de los procesos comunicativos en el departamento que direcciona?
5. ¿Qué tan efectivos son los medios y canales de difusión de información al interior del hospital?



Scann
CamS



Fecha: 09 de Diciembre 2019

Hora: 11 am

Lugar (Ciudad y Sitio específico): Ocaña, oficina calidad

Entrevistador (a): Jessica Galván

Entrevistado(a) (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

René Álvarez Álvarez, Masculino, líder facturación

Introducción

El proyecto ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER tiene como objetivo evaluar las condiciones del ambiente laboral, así como reconocer los factores que influyen positiva o negativamente en el clima y la cultura organizacional de la entidad.

Atendiendo a lo anterior, se formula esta entrevista que está dirigida al gerente del hospital y a los jefes de los departamentos de prensa y comunicaciones, RRHH, promoción y prevención y al jefe de auxiliares e internos del hospital; los cuales están encargados de las dependencias que poseen una mayor intervención en los procesos de comunicación interna y externa de la entidad.

Características de la entrevista

Los entrevistadores harán uso de la información obtenida en las entrevistas respetando un acuerdo de confidencialidad, por consiguiente, los receptor no obtendrá derecho alguno, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo.

La entrevista no durará más de quince (15) minutos.

Preguntas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su cargo?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando para la organización?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes dentro de los procesos comunicativos en el departamento que direcciona?
5. ¿Qué tan efectivos son los medios y canales de difusión de información al interior del hospital?



Scanned with
CamScanner



Via Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 Información: www.fpsantander.edu.co

Fecha: 09 de Diciembre 2019

Hora: 4 pm

Lugar (Ciudad y Sitio específico): Ocaña, oficina de prensa HEQC

Entrevistador (a): Aura Sanguino

Entrevistado(a) (nombre, edad, género, puesto, dirección, gerencia o departamento):

Juan Gabriel Saizara, Masculino, Jefe de Prensa.

Introducción

El proyecto ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y SU RELACIÓN CON EL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DEL MUNICIPIO DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER tiene como objetivo evaluar las condiciones del ambiente laboral, así como reconocer los factores que influyen positiva o negativamente en el clima y la cultura organizacional de la entidad.

Atendiendo a lo anterior, se formula esta entrevista que está dirigida al gerente del hospital y a los jefes de los departamentos de prensa y comunicaciones, RRHH, promoción y prevención y al jefe de auxiliares e internos del hospital; los cuales están encargados de las dependencias que poseen una mayor intervención en los procesos de comunicación interna y externa de la entidad.

Características de la entrevista

Los entrevistadores harán uso de la información obtenida en las entrevistas respetando un acuerdo de confidencialidad, por consiguiente, los receptor no obtendrá derecho alguno, sobre la información, ni tampoco ningún derecho de utilizarla, excepto para el objeto del presente acuerdo.

La entrevista no durará más de quince (15) minutos.

Preguntas

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su cargo?
3. ¿Cuántos años lleva trabajando para la organización?
4. ¿Cuáles son los aspectos más importantes dentro de los procesos comunicativos en el departamento que direcciona?
5. ¿Qué tan efectivos son los medios y canales de difusión de información al interior del hospital?



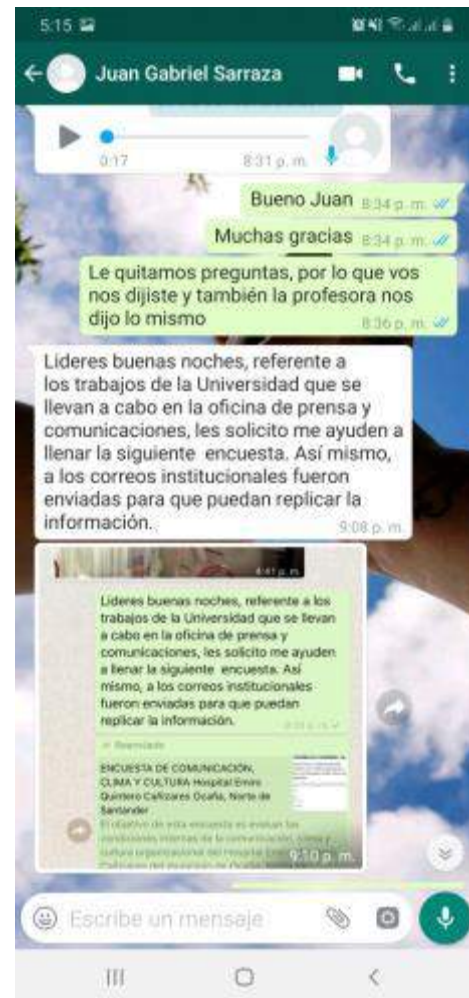
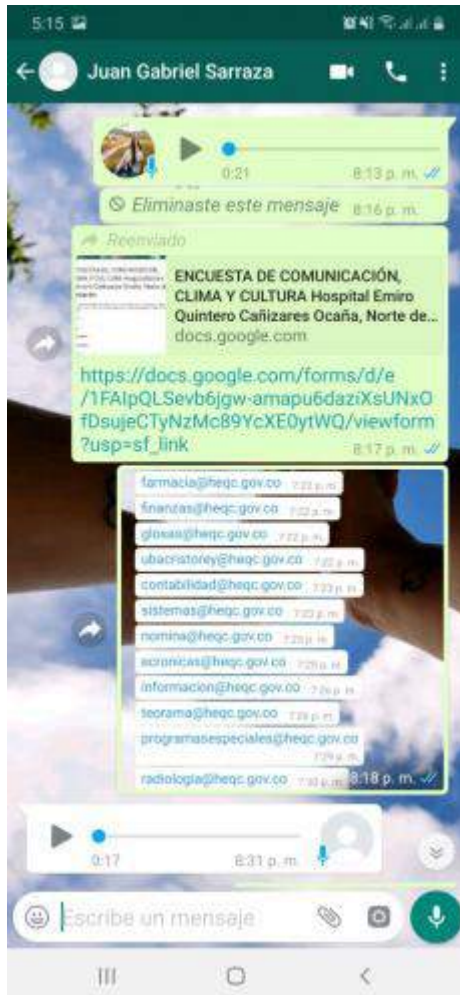
Scan
Cam



8.4. Apéndice D. Evidencias fotográficas

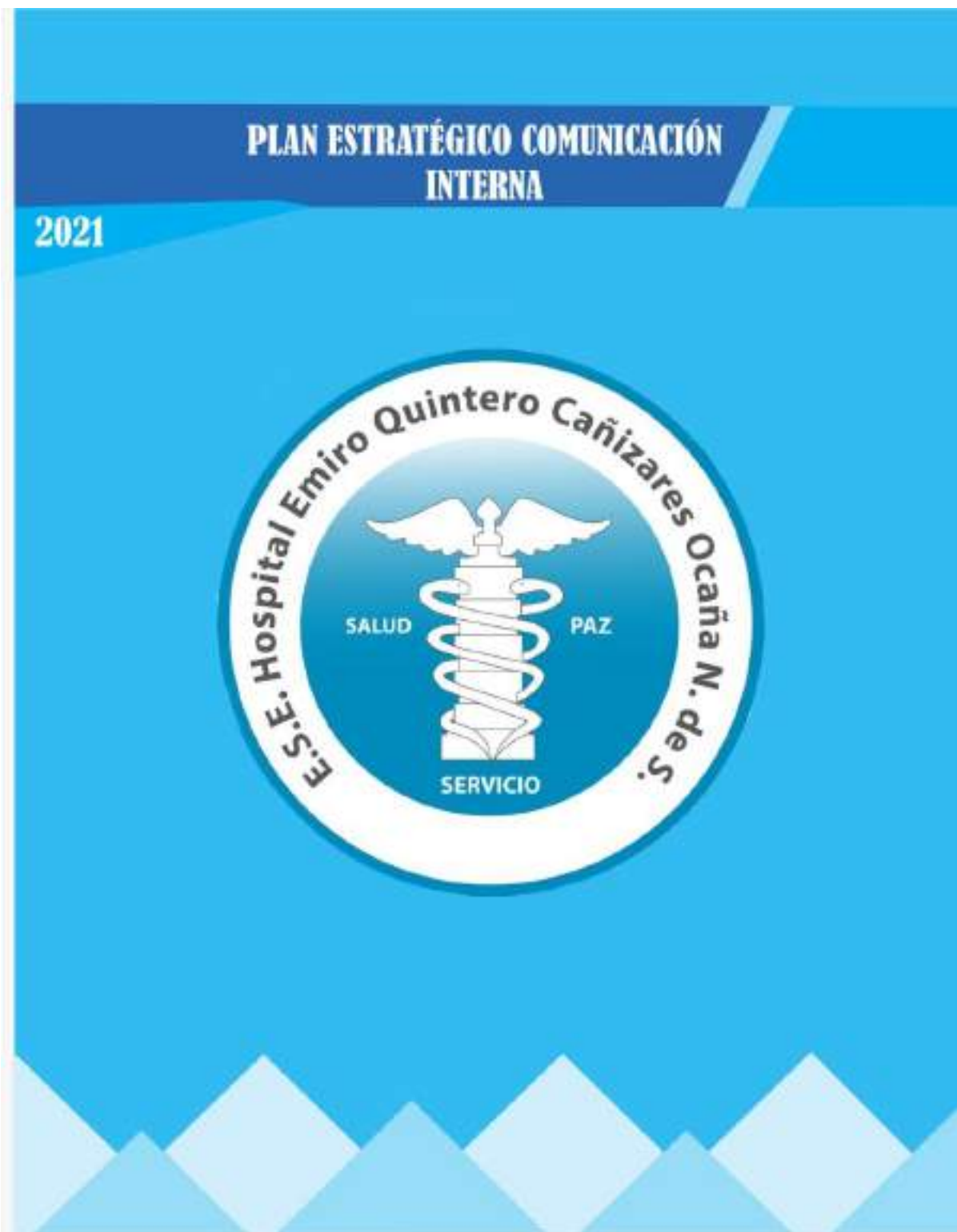








**8.5. Apéndice E. Plan estratégico de comunicación interna Hospital Emiro Quintero
Cañizares**



Contenido

Introducción

1. Análisis Organizacional
 - 1.1 Visión
 - 1.2 Misión
 - 1.3 Objetivos Organizacionales
 - 1.4 Principios Organizacionales
2. Estructura Organizacional
3. Canales de comunicación
 - 3.1 Canales de comunicación interna y externa
4. Stakeholders
5. Análisis del contexto
 - 5.1 Diagnóstico de la gestión comunicativa
6. Direccionamiento Estratégico
7. Objetivos del plan
 - 7.1 Objetivo General
 - 7.2 Objetivos Específicos
8. Ejes, Líneas Y Acciones Estratégicas
 - 8.1 Líneas Estratégicas
 - 8.2 Planeación Estratégica
9. Planeación Estratégica
10. Seguimiento y Evaluación
 - 10.1 Matriz de seguimiento y evaluación
 - 10.2 Resultados



Introducción

En las organizaciones es muy importante contar hoy en día con una planificación que le permita hacer un análisis del entorno en que se encuentra la institución, y de qué forma se puede realizar una planificación acorde a las necesidades que tiene el entorno y en cómo se encuentra actualmente.

El presente plan estratégico de comunicación interna del Hospital Emiro Quintero Cañizares, su objetivo es diseñar acciones que fortalezcan y/o mejoren las condiciones de la comunicación, clima y cultura organizacional de la institución.



1. Análisis Organizacional

1.1 Visión

Para el año 2023 ser reconocida en el Nororiente Colombiano como una institución líder en salud, en la prestación de servicios, modelo en la atención, acreditada, promoviendo la gestión del conocimiento a través de la atención humanizada para mejorar la salud de la comunidad, enfocada a la población materno-infantil.

1.2 Misión

Somos una Empresa Social del Estado que presta servicios de salud de baja, mediana y alta complejidad en la Provincia de Ocaña, con altos estándares de calidad y mejora continua a los usuarios del sistema general de seguridad-social en salud en la sede principal y redes integradas, basadas en la participación social, el desarrollo del Talento Humano, la relación docencia - servicio e investigación, con tecnología apropiada y en pro de la sostenibilidad financiera, respetando la dignidad del individuo, con enfoque diferencial, enfoque de género, enfoque de derechos, logrando satisfacer las necesidades en salud.

1.3 Objetivos Organizacionales

Producir servicios de salud eficientes y efectivos, que cumplan con las normas de calidad establecidas de acuerdo con las reglamentaciones que se expidan para tal propósito.

Garantizar, mediante un manejo gerencial adecuado, la rentabilidad social y financiera de la empresa.

Ofrecer a las Empresas Promotoras de salud y demás personas naturales o jurídicas que lo demandan, servicios y paquetes de servicios a tarifas competitivas en el mercado.

Satisfacer los requerimientos del entorno, adecuando continuamente sus servicios y funcionamiento.



1. Análisis Organizacional

1.4 Principios Organizacionales

Honestidad: Cada persona del Hospital sustenta una gestión transparente en cada una de sus actuaciones, racionalizando la utilización de los recursos y empleándolos únicamente para el logro de los objetivos y fines Institucionales.

Solidaridad: Es la práctica de la mutua ayuda, aplicada en el Hospital, entre las personas, las instituciones, los sectores económicos, las regiones y las comunidades bajo el esquema donde el más fuerte apoya al más débil.



Equidad: Es la prestación de servicios integrales de salud con responsabilidad y valoración de la igualdad de los clientes o usuarios del Hospital que lo requieran, sin que medien barreras culturales, sociales, geográficas, económicas u organizacionales.

Lealtad: Fidelidad, prudencia y aceptación de los vínculos implícitos que caracteriza a las personas del Hospital, respecto de las ideas con las cuales se identifican o no, por ello cada uno posee un alto sentido de pertenencia, lo cual permite el cumplimiento de sus labores diarias.

2. Estructura Organizacional



3. Canales de comunicación

3.1 Canales de comunicación interna y externa

- Los canales de comunicación interna está formado por el correo electrónico con el flujo de información de comunicados internos para cada uno de sus empleados, uno de los más usados, los grupos de whatsapp internos entre dependencias ayudan a que la comunicación entre empleado y jefe sea más directa y clara, carteleras dentro de la institución con información institucional para sus empleados la tienen presente en su jornadas laborales.
- Los canales de comunicación externa se conforman por la página web donde se encuentra todos los datos de la institución, procesos e información para sus usuarios, líneas telefónica para suministrar todo lo que el usuario necesite que se le suministre de información, comunicados de prensa que brindan una información más formal de los procesos del hospital que van dirigidos a sus empleados y su público en general, y las redes sociales donde el público se puede informar de una forma más dinámica de todo lo que la institución ofrece y hace

4. Stakeholder

Los clientes internos de la organización están ligados a través de los procesos que la institución tiene internamente para la población en general. La imagen del Hospital Emiro Quintero Cañizares en sus clientes externos, se ve reflejada por las acciones establecidas en sus objetivos, planes y acciones de la organización

- Asamblea Departamental Norte de Santander
- Alcaldía Municipal de Ocaña en Norte de Santander
- Concejo municipal de Ocaña
- E.S.E Hospital San Juan Crisostomo
- INDER en Norte de Santander



5. Análisis del contexto

5.1 Diagnóstico

Para la elaboración del plan estratégico de comunicación, es parte fundamental la recolección y redacción de un diagnóstico que permite determinar los pros y contra de la institución. Los pasos que se desarrollarán en el proceso de recolección de la información, análisis y redacción del plan estratégico:

La recolección de información secundaria de la institución como lo es la misión, visión, principios organizacionales, entre otros, se utilizó una metodología mixta en donde se contó con el apoyo del jefe de prensa de la institución y los empleados en general, esta metodología facilitó por medio de las encuestas y entrevistas semiestructuradas, poder contar con las opiniones de diferentes empleados, para así evidenciar cómo se encuentra el hospital en cuanto a las comunicaciones, clima y cultura organizacional.

Para la recolección de información se utilizó un modelo de análisis que se divide en dos:

En primer lugar las encuestas, que contaban con una serie de preguntas generalizadas, con información personal del empleado y también una serie de preguntas que están relacionadas con la comunicación, clima y cultura organizacional.

La segunda parte, se conforma de una entrevista estructurada dirigida a los jefes de dependencias con preguntas de información personal, preguntas relacionadas con el tema de estudio y seguidó de preguntas abiertas que surgen en el momento de la entrevista, una forma de poder un poco más de cómo las comunicaciones dentro del hospital.

Por medio de esta metodología, se pudo evidenciar que el Hospital Emiro Quintero Carfizares existen muchas problemáticas internas en diferentes temas como, deficiente manejo del corazón ideológico y la falta de interés por parte de los dirigentes de turno, han creado un círculo vicioso de rumores, chismes y comentarios que afectan de manera directa e indirecta el ambiente laboral en la entidad. Lo cual debilita las relaciones laborales y personales entre empleados, limitando el crecimiento de la compañía.

6. Direccionamiento

1

- + Fortalecimiento del conocimiento institucional (mision, vision, objetivos y principios).
- + Ejecucion del plan estrategico de comunicacion interna.



4

- + Evaluacion de las comunicaciones (comis y cultura organizacional) en como se su estado despues de implementar en dia.

2

- + Seguimiento de las

8. Ejes, Líneas y Acciones

8.1 Ejes Estratégicos



8.2 Líneas Estratégicas

Comunicación: Este lineamiento permite la organización y consolidación del área de comunicaciones del Hospital, en la cual se trabaja para tener un buen flujo de información interna y externa, donde el fortalecimiento de la comunicación es uno de los puntos más importantes para el desarrollo de la institución de salud.

Trabajo social: El Hospital Emiro Quintero Cárdenas trabaja para brindar a sus usuarios un servicio más humano, porque es muy importante mantener un buen acercamiento con sus usuarios; para así poder generar espacios de integración social.

Clima organizacional: el buen ambiente en las instituciones es muy importante, para que se pueda ver un buen desarrollo del hospital, el generar buenos espacios de integración en todas las dependencias que conforman la misma, haciendo que el flujo de información interna y externa se mejore.

Redes sociales: son el medio para dar a conocer los procesos internos o externos que se llevan a cabo en la institución, es un puente que da una forma diferente de acercamiento con la población en general. Las redes le permiten obtener

9. Planeación estratégica

Planeación estratégica

Línea estratégica	Objetivo	Comunicación interna		
		Acciones estratégicas	Responsable	Fuente de financiación
Comunicación	Fortalecer los canales de comunicación interna y externa Hospital Emiro Quintero Cañizares.	Analizar los canales de comunicación interna y externa.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Diseñar estrategias que mejoren el flujo de información.		
		Desarrollar proyectos de comunicación comunitaria.		
Trabajo Social	Diseñar acciones de integración social en donde la población se vea integrada	INTEGRACIÓN SOCIAL	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Generar campañas de integración social.		
		Campañas de acompañamiento al usuario.		
		Hacer cubrimiento periodístico de las actividades del Hospital		

9. Planeación estratégica

Comunicación interna				
Línea estratégica	Objetivo	Acciones estratégicas	Responsable	Fuente de financiación
Clima Organizacional	Generar espacios de integración entre las diferentes dependencias de la institución, para mejorar el flujo de información interna y externa.	CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL Hacer acercamientos con jefes y empleados, para escuchar sus opiniones.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Diseñar planes de integración para los empleados.		
Comunicación externa				
Redes Sociales	Mejora la página web para que sea más clara y sea más fácil para la población de encontrar lo que necesitan.	Crear estrategias para mejorar la página web.	Área de comunicaciones	Gerencia HEQC
		Hacer más sencillo la búsqueda de información en la página web.		
		Diseñar mejor la forma de acceso de información para el usuario.		

10. Seguimiento y evaluación

10.1 Matriz de seguimiento y evaluación

Actividad de seguimiento	Instrumentos	Limitaciones encontradas	Resultado obtenido
Se redactan las acciones plasmadas en la matriz.	Medios a utilizar para el cumplimiento de la actividad.	Inconvenientes (si los hubo) presentados en la ejecución de actividades.	Resultado de ejecución que se ha obtenido.

10.2 Resultados

Nombre de la institución
Título de la actividad
Responsable
Desarrollo de la actividad: Hacer una descripción detallada de cómo se implementó, desarrolló y terminó la actividad.
Resultados: Resumen explicativo de cada una de las actividades establecidas
Conclusiones: Identificar los resultados y la implicancia de los mismos en cuanto a objetivos, acciones y actividades.