

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE PERIODISMO**



**“DIAGNOSTICO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN EL HOSPITAL
CENTRAL”**

**PRESENTADO POR:
ANA LISSETH APARICIO ANAYA**

**PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIATURA EN PERIODISMO**

**DOCENTE DIRECTOR:
LIC. IVÁN ALEXANDER HERNÁNDEZ**

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA AGOSTO 2011

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

INGENIERO RUFINO ANTONIO QUEZADA

VICE-RECTOR ACADEMICO:

ARQUITECTO MIGUEL ÁNGEL PÉREZ RAMOS

VICE-RECTO ADMINISTRATIVO:

MAESTRO OSCAR NOÉ NAVARRETE ROMERO

SECRETARIO GENERAL:

LICENCIADO DOUGLAS VLADIMIR ALFARO CHÁVEZ

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO:

LICENCIADO JOSÉ RAYMUNDO CALDERÓN MORÁN

VICE-DECANO:

DOCTOR CARLOS ROBERTO PAZ MANZANO

SECRETARIO:

MAESTRO JULIO CÉSAR GRANDE RIVERA

AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO DE PERIODISMO

JEFE DEL DEPARTAMENTO:

LICENCIADO ROBERTO ANTONIO MAZA

COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADUACION:

MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

DOCENTE DIRECTOR:

LICENCIADO IVÁN ALEXANDER HERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecerle a Dios por permitirme finalizar con mi carrera que tanto me ha costado, porque sin el uno no es nada.

A mi Madre Alma Violeta Anaya, te ofrezco este triunfo porque con el mayor sacrificio me has alentado a no detenerme en las metas que uno se propone, por ser mi mejor modelo a seguir, por apoyarme y ayudarme en todos los momentos de mi vida.

A mi Padre Miguel Ángel Marroquín, por ayudarme siempre y estar conmigo en las buenas y malas.

A mi tesoro más preciado mi hijo Alejandro Alexis, quien me dio más fuerzas para continuar mi carrera y poder darle un buen futuro.

A mi esposo Alexis Trujillo, por apoyarme en todo este tiempo y no dejarme que me rindiera, para que fuera una profesional. Te amo amor gracias.

Agradecerles a todas las personas que directa e indirectamente me ayudaron en esta investigación, mil gracias.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	vi	
I. DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO		
1.1 Planteamiento del problema	8	
1.2 Delimitación y formulación del Objeto de Estudio.....	13	
1.3 Tipo de investigación	14	
1.4 Preguntas guías de la investigación.....	16	
II. JUSTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....		17
2.1 Limitaciones y Alcances del objeto de estudio	20	
III. OBJETIVOS.....		21
IV. CONSIDERACIONES TEÓRICOS CONCEPTUALES		
4.1 Antecedentes del Objeto de Estudio.....	22	
4.2 Perspectiva o Paradigma Teórico	27	
4.3 Sistema de conceptos	30	
V. METODOLOGÍA		
5.1 Carácter de la investigación	34	

5.2 Definición de la muestra o corpus de análisis	34
5.3 Definición de la Técnica	36
5.4 Procedimiento del trabajo de investigación	39
VI Análisis y exposición de resultados	42
6.1 Comunicación interna	42
6.2 Estructura y Organigrama	45
6.3 Planificación de la unidad de comunicación	46
6.4 Planificación de la Información	49
6.5 Propuesta de Políticas	50
6.6 Propuesta de Reorganización Institucional	51
VII. Conclusiones y Recomendaciones	56-57
FUENTES DE CONSULTA	59
ANEXOS	63
• Instrumento de Recolección de datos	
• Entrevistas	
• Guía observación equipo tecnológico Hospital Central	
• Cuadro resumen de las entrevistas	

INTRODUCCIÓN

Desde los tiempos más primitivos, el hombre ha ideado formas de intercambiar mensajes tales como señales de humo, sonidos, mímica, lenguaje oral; es decir, siempre ha sentido la necesidad de comunicarse. La palabra comunicar significa “poner en común”, compartir con los demás y es por ello que cuando nos comunicamos compartimos información de todo tipo: emociones, ideas, conceptos, órdenes, necesidades.

En este sentido y teniendo en cuenta que la comunicación de masas es una rama de las ciencias sociales que tiene teorías y corrientes de opinión orientadas a responder aspectos dirigidos a mejorar los vínculos dentro de una sociedad, entre ellos el Periodismo y la Comunicación Institucional, se denominó esta investigación **“Diagnostico del Proceso de Comunicación en el Hospital Central”**, que se enfocó en la comunicación interna, del Hospital Central

Este trabajo se estructuró en seis capítulos, el primero de ellos es la Delimitación y Formulación del Objeto de Estudio, El Hospital Central, es decir ubicarlo en espacio y tiempo y de igual manera se explica el tipo de investigación y las preguntas guías de la misma.

El segundo capítulo, cuenta con la Justificación del Objeto de Estudio, en el cual se concentra la viabilidad de la investigación.

En el tercer apartado, se cuenta con los Objetivos generales y específicos, además se detallan los alcances del estudio y las limitaciones.

Se elaboró un cuarto apartado en donde se menciona los Antecedentes del Objeto de Estudio, en esta parte se describe el origen de las Relaciones Públicas y el surgimiento de la Comunicación Institucional en El Salvador, así también antecedentes de la creación de la Unidad de Comunicaciones a la que se le realizó el diagnóstico. Asimismo se expone la definición de términos utilizados en la investigación.

En el quinto capítulo se presenta la Metodología de la Investigación, aquí se definen las técnicas que se utilizaron para la obtención de datos, se justifica la muestra y se determinó el tipo de estudio que es cualitativo y el proceso que se siguió, de este modo se pudo obtener información que permitió describir y explicar el fenómeno de comunicación que se estudió.

Así mismo, se presenta el Análisis de los Resultados de la Investigación; entre ellos se puede mencionar la imagen institucional, la percepción de tareas, entre otros expuestos en la presentación de los resultados.

En términos generales, lo que se proyecta con este estudio es explicar y describir lo mejor posible todos los elementos de análisis para efectuar un Diagnóstico de Comunicación. Se trató de identificar a los actores más vinculados con las relaciones de responsabilidad y grado de jerarquía, con la comunicación, las rutinas de trabajo, los recursos de comunicación utilizados, además de sus políticas de comunicación como la manera de comunicarse.

Para finalizar en el sexto capítulo, se presenta una serie de recomendaciones y conclusiones que serán de mucha utilidad para la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, puesto que es la primera investigación de este tipo realizado a dicha unidad. Del mismo modo, este estudio servirá de ayuda para estudiantes y catedráticos de Periodismo o carreras a fines que necesiten realizar consultas con relación a esta temática.

CAPITULO 1

I DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1. 1. Planteamiento del problema

“La comunicación Institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad.”¹ Desde tiempos atrás La Comunicación Institucional ha existido con el objetivo de establecer relaciones entre las personas y las organizaciones institucionales.

Del mismo modo, en organizaciones en las que trabajan profesionales que prestan un servicio básico a los ciudadanos, como los profesionales en salud la comunicación es un instrumento fundamental de trabajo para ejercer esta actividad de la manera más adecuada y eficaz.

Es decir que toda organización o empresa necesita de una Estrategia de Comunicación para diferenciarse unas de otras o simplemente para ganar privilegios entre sus visitantes o usuarios. Esto no significa que para las instituciones el proceso por ser distintas resulte un trabajo fácil, para ello deben realizar un estudio para descubrir la necesidad de la población que los prefiere, así mismo deben descubrir las necesidades, fortalezas y debilidades de la misma institución.

Se puede afirmar que el éxito o fracaso de la proyección de imagen de una institución tendrá relación y será producto del buen desarrollo de la transmisión de la información, esto será gracias al enfoque que se dé a los mensajes que se divulguen, así mismo dependerá de la selección apropiada de un canal para difundirlos.

¹ LA PORTE, José María. 2005 “Introducción a la comunicación institucional” (7) 2005, Pág.1. Disponible en: <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

“Desde este punto de vista hay que tomar en cuenta que la Comunicación Institucional se entiende como un conjunto de técnicas y actitudes encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización o entre esta y su medio o bien a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos interno y externo de la organización.”²

Es por eso que es importante y primordial diseñar un discurso particular para que la Institución mantenga un nivel de identificación claro y efectivo. En este caso nos referimos al Hospital Central, para diagnosticar el proceso de comunicación que tiene así como descubrir las necesidades, fortalezas y debilidades que tiene como institución, ante la población que lo visita

Por lo tanto, el tema como objeto de estudio es muy importante porque es la carta de presentación de cualquier Institución ya sea privada o pública. En especial si el servicio que se ofrece es la salud, como en este caso el Hospital Central; el cual es visitado por muchas personas salvadoreñas e incluso hasta por extranjeros.

El intercambio comunicativo, es un área fundamental para evaluar las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y la aceptación del público. Con el fin de que de una buena imagen de la compañía y que interfiera a través de los sentidos en sus respectivos públicos para así obtener mejores posibilidades y dividendos.

En este sentido una Estrategia de Comunicación deberá ser coherente, con un instrumento de transmisión de información dirigido a mostrar la cooperación y la realidad novedosa de la institución.

² FERNÁNDEZ COLLADO, “La comunicación en las organizaciones”, Editorial Trillas, S.A de C.V, México, 1999

Así lo explica Jesús López, al referirse a las estrategias de comunicación, “Definir en una institución quiénes son y que ofrecen de manera distintiva, clara, simple y persuasiva es una tarea que sólo los grandes logran desarrollar con éxito, ejemplo la estrategia de comunicación de Coca Cola y Pepsi.”³

En ese sentido, hay varios aspectos que determinan la buena imagen que refleja el Hospital Central, y más si se toma en cuenta que se realizará un Diagnóstico, que implica una caracterización de todos aquellos factores que directa o indirectamente influyen en la imagen Institucional que protege el Área de Comunicaciones.

Si bien es cierto que el Hospital Central cuenta con un Área de Comunicaciones, es necesario mencionar que necesita mejorar su sistema y su estrategia comunicacional, para lograr buenas relaciones interpersonales e intercambio de información tanto dentro y fuera de la institución.

Sin embargo para lograr esto, es necesario que se tome en cuenta desde un inicio el mensaje que se quiere transmitir, es decir hacer una buena elección del tema a difundir, de esta manera se podrá determinar el éxito del mensaje o el fracaso del mismo.

“Contamos con, la radio, la prensa escrita y la televisión”, afirmo, Licda. Miriam Estela de Olivo, encargada de la Unidad de Comunicaciones del Hospital, al referirse a los medios que usan en el hospital para darse a conocer y así mismo para informar de los servicios que ofrecen.⁴

En este sentido, la importancia de hacer un Diagnóstico del Proceso de Comunicación del Hospital radica que al conocer exactamente cuál es la enfermedad o problema que pueda

³ LÓPEZ, Jesús. “¿Qué es la estrategia de comunicación”, 2006
Disponible en : <http://www.apuntesgestion.com/2006/06/29/que-es-la-estrategia-de-comunicacion/>

⁴ OLIVO. Miriam Estela de, encargada de la unidad de comunicaciones del Hospital, (ENTREVISTA), ver anexo pág.63

estar afectando el funcionamiento de la misma, entonces se puede proceder a elaborar un plan integral de comunicación adecuado, que disipe las situaciones detectadas.

En este caso resulto esencial confirmar si la misión y visión del Hospital Central han sido aplicadas para determinar si está desarrollando una estrategia de comunicación.

Así mismo, fue importante identificar las funciones con que cumple la Unidad de Comunicaciones, así como el perfil académico de cada persona, las necesidades económicas y humanas que tienen, de igual forma cuales son los alcances y limitaciones que tiene el Área de Comunicaciones.

Es así como se plantea la necesidad de crear una estrategia de comunicación que sirva de aval para el inicio de la proyección y el trabajo organizado del personal que se desarrolla laboralmente dentro de la Unidad de Comunicaciones de la institución.

Todo esto partiendo del supuesto que el Hospital Central debe dar a conocer tanto al público interno como externo quién es, y sobre todo mencionar qué es lo que ofrece, pero para ello primero debe trabajar en la proyección interna, para luego lograr una mejor aceptación y proyección con el público externo.

“Ante ésto hay varios factores a valorar para el funcionamiento de una institución entre los cuales están:

1. El número y dimensión de los públicos a los que presta servicio la institución: como consumidores, usuarios, proveedores, empleados.
2. La estructura orgánica de la institución: personal que labora en ella, el número de los departamentos con que cuenta.
3. La filosofía básica y las políticas de una institución: a mayor conciencia jerárquica de los servicios al público mayor probabilidad de éxito en el desarrollo de un departamento.

4. Los recursos económicos de la institución: un amplio presupuesto cuando la estructura es extensa, aunque debe adecuarse a la realidad para establecer objetivos acordes a los recursos con que se cuenta.
5. Número y complejidad de funciones que se pretenda que la institución desarrolle.
6. Condiciones económicas, sociales y políticas en que se desenvuelve la institución, contribuyen a determinar las dimensiones más deseables para estructurarlo. No cometer el error de intentar una estructura de comunicación institucional con dimensiones que no concuerdan con las de la institución a la que se integra.⁵

Por lo tanto el objeto de estudio de esta investigación fue poder conocer la forma de comunicarse que tiene todo el personal que labora en dicho Hospital, y como mantener informados a los diferentes pacientes que solicitan sus servicios profesionales y si cuentan con algún medio de comunicación para darse a conocer al público.

Así mismo el objeto de estudio se enfocó en proponer la creación de una estrategia de comunicación que vaya encaminada a fortalecer la estructura interna del Hospital.

⁵ RIVAS, Edgar “Centros de Comunicación Social”, Folleto, Departamento de Periodismo ciclo VIII, 2004.

1.2 DELIMITACIÓN ESPACIO- TEMPORAL

La investigación se realizó en la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, y el período de tiempo en el que se recolectaron todos los datos para su análisis e interpretación fue de dos meses entre el mes de febrero y la primera semana de abril.

Delimitación Temporal

El tiempo que dura la investigación es aproximadamente de seis meses, desde el mes de febrero hasta el mes de julio de 2011.

1.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

POR SU FORMA O LA UTILIDAD DE SUS CONCLUSIONES

Aplicada: “Este tipo de investigación también recibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren.”⁶ La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico. Sin embargo, en una investigación empírica, lo que le interesa al investigador, primordialmente, son las consecuencias prácticas.

POR SU TIEMPO

Sincrónica: es el estudio referido a un corte en el tiempo, una fotografía sociológica en un momento dado, por ello también recibe el nombre de transversal, debido a su manejo estático y aislado ha sido criticado su valor científico; pero manejado dialécticamente destacando la esencia sobre la superficialidad y relacionándolo con la sociedad en que está inserto en un análisis coyuntural, adquiere significación científica.⁷

Es por ello, que la investigación se ejecutó en un período de tiempo relativamente específico, para coincidir con el tiempo delimitado de la investigación.

POR SU PROFUNDIDAD:

Exploratoria: este trabajo además se realizó un tipo de investigación exploratoria; un estudio de este nivel, según lo expresa Dankhe, “permite una aproximación a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad para que los estudios no se conviertan en una pérdida de tiempo y recursos, por tanto es indispensable aproximarse a ellos”⁸ Por lo tanto, este trabajo fue exploratorio porque se descubrieron todos aquellos aspectos y características que son parte del fenómeno, el cual aún no había sido abordado.

⁶ CHOW, Napoleón (1982), “Técnicas de Investigación Social, San José de Costa Rica, Educa, 400 Págs.

⁷ GRAJALES G., Tevni. “Tipos de investigación”, 2000. Disponible en: <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

POR SU AMPLITUD:

Microsocial: la investigación microsocia puede considerarse un área específica de la investigación social, en tanto se concibe al sujeto, como organizador del sentido de la acción en el marco de una estructura de relaciones donde elabora sus opciones. El análisis microsocia trabaja con la información relativa a la cotidianeidad de los individuos particulares y permite indagar con profundidad en actividades y comportamiento ligados a la reproducción social de los individuos.⁹

Debido a esta razón, la investigación se concentra en una muestra reducida de las personas que están directamente involucradas con el objeto de estudio, es decir con el perfil de las investigaciones en comunicaciones del Hospital Central.

POR SU CARÁCTER:

Cualitativa: la investigación cualitativa es aquella donde se estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema. La misma procura lograr una descripción holística, esto es, que intenta analizar exhaustivamente, con sumo detalle, un asunto o actividad en particular.¹⁰

De esta manera se pretende hacer un análisis, no estadístico, sino cualitativo de la existencia o no de un proceso de comunicaciones en el Hospital y sobre todo cómo afecta o benefició esto a la imagen del mismo.

⁹ MURILLO HERNÁNDEZ, Willin Johel “La investigación Científica”
Disponble en Dirección electrónica (URL): www.monografias.com

¹⁰ VERA VÉLEZ, Lamberto “La Investigación Cualitativa”UIPR, Ponce, P.R.

1.4 Preguntas guías.

Retomando lo planteado en los objetivos de la investigación se pretendió dar respuesta a los siguientes cuestionamientos de la realidad:

¿Cuáles son las estrategias de comunicación utilizadas por el Hospital Central?

¿Cuáles serán las estrategias a implementar para mejorar la comunicación institucional en el Hospital Central?

¿Cuáles son las estrategias de comunicación utilizadas por el actual personal de la unidad de comunicaciones del hospital?

¿Determinar cuáles son los medios de comunicación con los que cuenta la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, para darse a conocer y para informar?

¿Cuáles son las deficiencias de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central?

¿Cuáles son los factores que inciden en la buena o mala asimilación de los mecanismos de comunicación utilizados por el Hospital?

¿Cuál es el impacto que ejerce en los pacientes y en trabajadores las actuales estrategias de comunicación implementadas por el Hospital?

2. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En los últimos tiempos la forma de comunicarnos con el público ha tomado una gran importancia, para desarrollar numerosas actividades creativas, lúdicas y profesionales, de tal modo que se ha convertido en una disciplina, que es objeto de investigación para muchos estudiantes universitarios, porque es importante indagar sobre el proceso de comunicación que mantienen las instituciones internamente.

La comunicación en la sociedad es necesaria para cualquier Institución ya sea privada o pública, es primordial contar con una unidad de esta naturaleza porque de ella depende la imagen Institucional que refleja en los diferentes medios.

A partir de ésto surge la necesidad de los seres humanos por comunicarse e interactuar, en el ámbito institucional, una buena organización entre los individuos que se integran, en este sentido el propósito de esta investigación es elaborar un Diagnóstico sobre el Proceso de Comunicación del Hospital Central y determinar la interrelación que existe entre el personal que labora en dicho hospital y los usuarios que desean sus servicios de salud.

Es de mencionar que aunque existan investigaciones, sobre la Comunicación Institucional, éstas se han limitado en cuanto a estudiar el equipo tecnológico sin profundizar más en las estrategias de comunicación.

De esta manera, es muy importante investigar el proceso de información que tiene la Unidad de Comunicaciones, si cuenta con alguna relación con algún medio de comunicación, así como también la relación que mantiene con los empleados de dicho hospital.

Para Ana Bartoli, la comunicación en las organizaciones “es un conjunto de actos más o menos estructurados; también es un objeto, incluso un “recurso” fundamental de la empresa si se considera la comunicación como fruto de informaciones, en especial operativas”¹¹.

Del mismo modo, será necesario entender la Comunicación no solo desde estos enfoques, sino también, y sobre todo, desde la perspectiva de la acción comunicativa de J. Habermas: “los sujetos que actúan comunicativamente en su posición de hablante y destinatario, se encuentran literalmente a la misma altura”¹² La relación interpersonal entre estos sujetos se contrae cuando adoptan la misma referencia al mundo.

El desarrollo de esta investigación brinda elementos teóricos que servirán como punto de partida para posteriores trabajos sobre estrategias de comunicación en el Hospital Central y en otras instituciones, en este sentido determinar la importancia que juega la Comunicación Institucional en las organizaciones.

En lo que compete al trabajo de la Unidad de Comunicaciones, debe mantenerse a la expectativa por cualquier evento que pueda suceder o decir del Hospital, aquí es donde dicha Unidad debe asegurarse de que la información y las fuentes consultadas sean las más aptas para poder resguardar la imagen de la Institución.

Debido a que el Hospital Central cuenta con el equipo necesario para implementar una estrategia de comunicación se consideró que el desarrollo de esta investigación es factible, debido a que dicha institución no incurrirá en gastos mayores si se aceptará implementar una nueva estrategia de comunicación.

Dicha investigación fue posible debido a que la investigadora labora en la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, lo cual permitió obtener la información de una manera

¹¹ BARTOLI, Annie Comunicación y Organización. Paidós. Buenos aires 1992

¹² HABERMAS, Jürgen. (1987), “Teoría de la acción comunicativa.” Vol. I y II. Taurus Buenos Aires. 1987

más directa, ya que conoce las necesidades y problemas que tiene dicha oficina, así también conoce a las personas que ahí laboran y esto contribuyo a la investigación.

Así mismo las fuentes que se abordaron durante el proceso de investigación fueron accesibles por formar parte del personal del Hospital, al mismo tiempo que se tuvo acceso a fuentes bibliográficas que están a disposición en la Biblioteca Central.

La investigación adquiere importancia porque sirve como fuente de consulta a futuras investigaciones, por ser la primera en tomar como objeto de estudio la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central; aportará datos que podrán ser consultados para otros trabajos que traten sobre diagnóstico comunicacional.

Los elementos teóricos de la investigación serán de mucha utilidad para el diagnóstico de comunicación de instituciones afines. Para futuros grupos de investigadores servirá para orientar el rumbo de los elementos a investigar, así como fundamentar y apoyar las propuestas de análisis que se realizan.

Del mismo modo, dicha investigación servirá para todas las Universidades como para Escuelas de Comunicaciones que quieran conocer cómo se da la comunicación interna en una Institución privada, donde su principal función es la atención médica para todas las personas que lo necesiten.

Por otra parte, este Diagnóstico es de mucho valor para el Departamento de Periodismo de la Universidad de El Salvador, en el sentido que se cuenta con una investigación en la que se conoce el proceso de Comunicación en una institución privada dedicada al servicio hospitalario y que tiene una gran envergadura por el rol que desempeña en el sector salud.

El Diagnóstico del estado actual de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central es una investigación básica, puesto que hasta la fecha no existen trabajos similares sobre dicha institución.

2.1 LIMITACIONES Y ALCANCES DEL ESTUDIO

Teniendo como base los datos y la información cosechada a través de las entrevistas se descubrieron las siguientes limitantes para el desarrollo de la investigación.

- No se logró realizar la entrevista al Director del Hospital, así como se había planeado, debido a las actividades diarias que realiza y que no le permitieron contar con el tiempo necesario para ello.
- El no haber algún estudio realizado sobre la Unidad de Comunicaciones del Hospital, se comenzó de cero para elaborar dicha investigación, lo cual afectó la elaboración de los antecedentes del objeto en estudio.
- El ser una sola persona en la investigación ha costado un poco, en el sentido de que no se pudieron dividir las entrevistas.
- No contar con Políticas de Comunicación organizadas causó que no se contara con medidas para evaluar las actividades y el manejo de la información que se elabora en la Unidad de Comunicaciones.

Partiendo de la información recolectada se crearon los alcances siguientes:

- Se realizó un estudio ordenado en él que se diagnosticaron las debilidades y necesidades del trabajo de la Unidad de Comunicaciones.
- Se elaboró el primer diagnóstico de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, el cual será de mucha utilidad para dicha Unidad y así poder mejorar su trabajo.
- Este estudio beneficiará a las diferentes áreas de comunicaciones como la Publicidad, la Comunicación Institucional y las Relaciones Públicas.
- Esta investigación será de mucho beneficio para quienes realicen estudios sobre la Comunicación Institucional.

III OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL:

- Elaborar un Diagnóstico sobre la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central y a la vez identificar las causas por las que se ha interrumpido el desarrollo de la información.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Determinar si la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central cuenta con algún medio de comunicación para darse a conocer e informar.
- Elaborar una estrategia de comunicación para la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central.
- Señalar las deficiencias en la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central
- Conocer si la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central cuenta con personal, material y recursos técnicos para realizar su labor de informar adecuadamente al público.
- Conocer la forma de comunicarse entre los médicos, enfermeras y el personal administrativo.

IV CONSIDERACIONES TEÓRICO CONCEPTUALES

4.1 Antecedentes del objeto de estudio

La Comunicación data desde los primeros tiempos de existencia de la humanidad, pues en cualquier tiempo y lugar había ya, en mayor o menor grado, diferentes formas de comunicarse.

Hace dos décadas una definición comúnmente de Comunicación era la siguiente: “Proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes”¹³. En los últimos 150 años, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la información ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

La comunicación actual entre dos personas es el resultado de múltiples métodos de expresión desarrollados durante siglos. Los gestos, el desarrollo del lenguaje y la necesidad de realizar acciones conjuntas tienen aquí un papel muy importante.

Los griegos y otros pueblos conocían perfectamente las técnicas de la propaganda y la información, que constituyen un nuevo campo que ha llegado a ser gradualmente un conjunto organizado de conocimientos.

A lo largo de la historia, los medios de comunicación han ido avanzando en paralelo con la creciente capacidad de los pueblos para configurar su mundo físico y con su creciente grado de interdependencia. En cualquier caso, ha quedado demostrado que los medios de comunicación influyen a largo plazo, de forma sutil pero decisiva, sobre los puntos de vista y el criterio de la audiencia.

En este caso el objeto de estudio seleccionado es el Hospital Central, por ser considerado una institución que puede implementar una estrategia de comunicación.

¹³ DELL'ORDINE, José Luis. Historia de la Comunicación. Buenos Aires.

El Hospital Central es una organización privada, que fue creada en marzo de 1993 con la misión de brindar servicios médicos hospitalarios de excelente calidad con el objetivo de satisfacer necesidades de salud de la población salvadoreña en un ambiente de atención personalizada, donde el cuidado de la salud de sus pacientes es la prioridad institucional.

De igual manera, el Área de Comunicaciones del Hospital Central existe desde hace 17 años, a cargo de la Licda. Miriam Estela de Olivo, quien desde la existencia de dicha Unidad se esfuerza por mantener y mejorar las relaciones con los pacientes que son atendidos en las diferentes especialidades médicas y que en algún momento necesitan de un relacionista público para que los oriente, así como también manteniendo una buena comunicación con el personal que labora en esa entidad.

En sus inicios la Unidad de Comunicaciones era llamada área de comercialización y sus actividades eran realizar visitas promocionales a los médicos, aseguradoras y empresas; reforzando esta labor con envíos de correo directo, brochure y cartas, para dar a conocer la infraestructura y los servicios médicos hospitalarios que ofrecían.

En el año 1999, implementan un sistema de promoción para los médicos que referían a sus pacientes, con el objetivo de mejorar los servicios, y al mismo tiempo ofreciéndoles diferentes beneficios a los usuarios.

Por otra parte, es importante mencionar que en El Salvador existen investigaciones cuyo objetivo es diagnosticar la situación en la que se encuentran diferentes unidades de comunicación de distintas instituciones, ya sea gubernamentales o no gubernamentales (ONG'S); en estos trabajos solo se han realizado recuentos de los recursos humanos y materiales con los que cuenta la unidad.

Entre estos trabajos se pueden mencionar: Diagnóstico de las asociaciones de comunicadores de El Salvador, Diagnóstico de comunicación interna del servicio nacional de

estudios territoriales SNET y Diagnóstico de interlocutores de la institución “Las Dignas” para identificar la imagen que tienen sobre dicha entidad.

De las investigaciones anteriores, la que aportó elementos básicos a este estudio fue el Diagnóstico de comunicación interna del servicio nacional de estudios territoriales SNET, debido a que uno de sus objetivos era conocer la relación comunicacional existente entre sus empleados, determinar el nivel de identificación del personal de la institución y así mejorar su trabajo.

Así mismo se encontró una tesis denominada “Estudio de la Situación Comunicacional y Diseño de la Estrategia de Comunicación para el Distrito N° 2 de la Alcaldía de San Salvador, de la Universidad José Simeón Cañas 2000.”¹⁴ Este trabajo sirvió para obtener un aporte teórico en cuanto a la relación que se requiere entre instituciones y los públicos que con ellas se relacionan.

La tesis “Estrategia Informativa de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Educación”, de la Universidad de El Salvador de 2005¹⁵, es un material de importancia para realizar este trabajo porque trata específicamente sobre una estrategia informativa en una institución. Además, trata sobre la problemática que enfrenta el Ministerio de Educación en cuanto a la estrategia; así mismo fue de apoyo para realizar esta investigación, pues permitió tomar la iniciativa de evaluar la factibilidad y los problemas que podían involucrar el tomar un medio de comunicación u otro para la propuesta de estrategia.

En la tesis “Bases generales para implementar un Departamento de Comunicación” de la Universidad José Simeón Cañas, de 2001,¹⁶ se explica sobre los elementos básicos para la

¹⁴ ÁVALOS REYES, Ana Ruth y otros, “Estudio de la situación comunicacional para el distrito N° 2 de la Alcaldía de San Salvador”, Universidad José Simeón Cañas, 2000.

¹⁵ CUBÍAS ALFARO, Lilian Marleni y otros, “Estrategia informativa de la dirección de comunicaciones del MINED”, Universidad de El Salvador, 2005.

¹⁶ ARIAS, Mercy Carolina, “Bases generales para implementar un departamento de comunicación”, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2001

creación de un Departamento de Comunicación como la importancia de la Comunicación Institucional, sus objetivos y desarrollo.

Además en relación a esta investigación se encontraron y consultaron libros tales como “La Comunicación en las Organizaciones” de Carlos Fernández Collado, en el cual el autor explica el funcionamiento adentro de las instituciones, así como la importancia de la comunicación entre cada uno de los miembros que la conforman entre otros aspectos de importancia relacionados con la comunicación y las organizaciones.

“Comunicación Corporativa” de Cees B, M, Van Riel, libro que trata sobre la comunicación de la organización, las tres formas importantes de comunicación corporativa, de la identidad corporativa, así como de la imagen corporativa en la que explica sobre los niveles e importancia de ésta.

Entre otros materiales consultados están folletos relacionados con la comunicación institucional como los titulados “El nuevo rostro de las Relaciones Públicas: La Comunicación Institucional”, “Planificación de la Comunicación” “Centros de Comunicación Social y Comunicación Institucional”; todos éstos materiales de apoyo impartidos en la cátedra Políticas Informativas y Culturales en la Licenciatura en Periodismo de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador.

No se pueden dejar de lado los documentos de Internet concernientes a las estrategias de comunicación y la comunicación institucional donde se deja en claro el éxito que pueden alcanzar las instituciones al utilizar de la mejor manera sus recursos puestos en práctica en las estrategias de comunicación.

La recopilación de documentos encontrados, para la elaboración de este trabajo de investigación que lleva como título “Diagnóstico del proceso de comunicación en el Hospital Central”, han brindado información oportuna en cuanto a la forma, estructura y funcionalidad de una estrategia de comunicación.

En tal sentido, la investigación presenta un panorama sobre las relaciones comunicativas entre institución y públicos sean éstos internos o externos, emisor y receptor.

Además, aborda la forma de canalizar los mensajes emitidos por los diferentes medios y procesos de comunicación, los cuales son dirigidos a las audiencias, esto da a su vez como resultado un método aplicado a la medición efectiva o negativa para cualquier institución, ya sea pública o privada, referente a su impacto institucional.

Cabe mencionar que los elementos expuestos anteriormente son fundamentales dentro de una estrategia de comunicación, debido que permite la funcionalidad apropiada de la actividad comunicativa.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta es la comunicación institucional por ser un elemento esencial para el éxito del proceso de comunicación y para el desarrollo cultural de las sociedades.

Es así que todo este referente bibliográfico proporcionó un aporte teórico básico para el conocimiento de los elementos y factores que involucra la comunicación institucional en las organizaciones y los públicos a los que se quiere llegar con las informaciones que se pretenden dar a conocer.

Además, establece una comparación entre cada material para obtener los datos necesarios y precisos para el trabajo y así brindar un aporte teórico de importancia.

4.2 PERSPECTIVA O PARADIGMA TEÓRICO

Es de mencionar dos paradigmas de la investigación social: el explicativo y el interpretativo; este último llamado paradigma cualitativo, fenomenológico, humanista o etnográfico, que se centra en el estudio de los significados de las acciones humanas y de la vida social.

En este sentido para la realización del trabajo “Diagnóstico del proceso de comunicación en el Hospital Central”, se utilizó el paradigma fenomenológico porque permite mayor apertura hacia el objeto de estudio.

De tal manera que el paradigma fenomenológico se apega a esta clase de investigación debido a que el objetivo primordial no es la cuantificación del fenómeno sino que estudiarlo, conocerlo y comprenderlo, por medio de la percepción y la caracterización, logrando constituir un objeto, para el caso, el diagnóstico del proceso de comunicación en el hospital central.

La Fenomenología como un método de investigación, sirve para entender el fenómeno (objeto de estudio) desde la propia perspectiva de los actores involucrados, asimilándolos en su contexto, obteniendo la mayor información posible de primera mano¹⁷.

Según Ernesto Deras, en el cuadro comparativo que se extrae de su artículo “La Comunicación del Nuevo Siglo, La Fenomenología como Paradigma de Investigación de la Comunicación”, solo se encuentran dos técnicas adaptables a este tipo de investigación: la de interrogación, con todas sus facetas (entrevista directa, estructurada, a grupos focales, entre otros), así como la de observación y su abanico de posibilidades (la observación simple, la observación participante, entre otros).

¹⁷ DERAS, Carlos Ernesto “La Fenomenología como Paradigma de la Investigación de la Comunicación”. Revista Humanidades IV época, año 2005 N° 7, páginas 81 - 90.

La base del paradigma es la coexistencia de diversas realidades construidas por los actores en la medida que se relaciona con el entorno en el que viven.

Según Dilthey la comprensión interpretativa es concebida como un proceso hermenéutico, en el cual la experiencia humana depende de su contexto y no se puede descontextualizar ni utilizar un lenguaje científico mental. Es por ello que la finalidad de la investigación con un paradigma interpretativo es comprender e interpretar la realidad, los significados de las personas, percepciones, intenciones o acciones.

En el caso de este estudio se pretendió interpretar y comprender cómo funciona la Unidad de comunicaciones del Hospital Central, se describió la realidad tal como se reflejo en su forma, es decir que las estrategias de comunicación fueron planteadas y retomadas tal como se realizan y en el proceso de la investigación no se incidió sobre ellas.

La interpretación vino a partir de la realidad misma, con una propuesta que toma como base los resultados de las informaciones recabadas con las técnicas.

Ernesto Deras manifiesta que el paradigma fenomenológico e interpretativo no tiene una metodología definida y estructurada como otros “y adopta diversas formas puesto que cada analista da una orientación particular a los postulados filosóficos y sociológicos de la Fenomenología”

El paradigma fenomenológico, interpretativo o hermenéutico de la investigación brinda respuestas a las insuficiencias heurísticas de la investigación positivista o científicista en la comprensión de la complejidad de los problemas sociales.

Las herramientas para la captación de estos datos serán provistas por el método cualitativo, dado que: "El diseño cualitativo es abierto, tanto en lo que concierne a la selección de participantes-actantes en la producción del contexto situacional así como en lo

que concierne la interpretación y análisis es decir, la articulación de los contextos situacional y convencional”¹⁸

Las entrevistas se focalizaron, se realizaron y se redujeron a aquellas personas que tuvieron implicación directa con el objeto de estudio, las preguntas se construyeron basadas en tres criterios concretos.

El primero, preguntas específicas: con lo que se buscó animar al entrevistado a dar respuestas concretas; el segundo, fue la amplitud: con lo que se indagó en la gama de experiencias previas por el sujeto relacionadas con el objeto de estudio y el último, de contexto personal, donde se intentó obtener un breve perfil personal de los encargados de la unidad de comunicaciones del hospital.¹⁹

Como principal técnica investigativa se recurrió a la observación directa, y resultó de manera factible porque la investigadora labora dentro de la institución, sin que éste en ningún momento haya afectado la objetividad de la investigación, ya que los comentarios fueron lo más neutrales posible. El resultado obtenido fue el reflejo de lo recolectado gracias a la observación y la información obtenida por la investigadora.

¹⁸ DELGADO, J. citado por Luz María Guerrero en el artículo “La entrevista en el Método Cualitativo.” Universidad de Chile, 2003. Págs.1 - 21.

¹⁹ VALLES, Miguel: "Técnicas Cualitativas de Intervención Social: Reflexión, Metodología y Práctica Profesional". Editorial Síntesis S.A. Madrid. 1997 pág.40-45.

4.3 SISTEMA DE CONCEPTOS

Para la realización de la investigación se han seleccionado unos conceptos que son utilizados como objeto de análisis en la elaboración del trabajo investigativo.

DIAGNOSTICO: según Prieto Castillo (1985: 39) la palabra diagnóstico proviene del griego que significa distinguir, discernir y conocer; es una herramienta básica que no es un fin en si mismo, sino un medio a través del cual es posible identificar problemas, necesidades y demandas socio comunicacionales tanto internas como externas.

DIAGNOSTICO DE COMUNICACIÓN: Muriel y Rota (1980), la definen como el sistema coordinador de la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y a través de ello, contribuir al desarrollo nacional, lo que se logra por medio de técnicas periodísticas que sirven como canales de comunicación de enlace entre el público.

INSTITUCIÓN: es el que indica que está en la forma establecida o el proceder en la actividad de un grupo y las relaciones que se derivan de ella, por ejemplo el matrimonio o la familia.

INFORMACIÓN: espacio reservado a un medio de comunicación para transmitir una serie de datos donde se pretende dar a conocer algo, y así crear un ambiente de conocimientos que generan una reacción.

COMUNICADO: aviso oficioso que una Institución transmite a la persona con el objeto de comunicar lo que a su interior sucede o interesa.

COMUNICACIÓN: proceso de producción y transmisión social de la información, la cual da a conocer datos que podrían ser de interés de una población.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: es aquella que se realiza de modo organizado por una institución, dirigida a las personas o grupos del entorno social donde se realiza su actividad. Con el objetivo de establecer relaciones de calidad entre la Institución y los públicos a los que se dirige, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

COMUNICACIÓN INTERNA: son actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes que se originan a través de los medios de comunicación empleados por ella, con el objetivo de proveer comunicación, unión y motivación para así alcanzar las metas establecidas por la organización, dentro de la comunicación interna se encuentran:

COMUNICACIÓN DESCENDENTE: esta clase de comunicación es utilizada para emitir mensajes desde la parte directiva hasta los empleados, tiene como objetivo el indicar instrucciones claras y específicas del trabajo que se realiza, en dicha comunicación se pierde el valor comunicativo que lleva el mensaje.

COMUNICACIÓN ASCENDENTE: es cuando los trabajadores de un organización se comunican con los directivos o superiores, dándoles a conocer el panorama general que sucede al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo; ésta información suele ser detallada y específica.

COMUNICACIÓN HORIZONTAL: se desarrolla entre personas del mismo nivel jerárquico. La mayoría de estos mensajes tienen como objetivo la integración y la coordinación del personal de un mismo nivel. Por otro lado, cuando la comunicación dentro de la organización no sigue los caminos establecidos por la estructura, se dice que es comunicación informal y comprende toda la información no oficial que fluye entre los grupos que conforman la organización.

COMUNICACIÓN EXTERNA: todas aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de mantener y perfeccionar las relaciones públicas y proyectar la imagen corporativa de la organización.

POLITICAS DE COMUNICACIÓN: pueden ser entendidas como un conjunto de principios, voluntades, decisiones y acciones que definen y orientan el comportamiento y el rumbo de las comunicaciones en un país. Estas pueden ser de carácter explícito e implícito.

REPORTAJE: artículo periodístico escrito tras una encuesta personal del autor, donde se plantean las diversas posturas de una realidad que a su vez conlleva implícitamente la acción de informar.

MASS MEDIA: conjunto de medios de comunicación como la prensa, la radio y la televisión, que permiten transmitir la información al público.

IMAGEN INSTITUCIONAL: es la imagen conceptual que una sociedad se representa mentalmente de una institución.

DISCURSO: es un mensaje. Se trata del acto verbal y oral de dirigirse a un público, con el objetivo de comunicar o exponer algo, pero también de persuadir.

BOLETIN INFORMATIVO: un boletín informativo es una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores. Muchos boletines son publicados por clubes, sociedades, asociaciones y negocios, particularmente compañías, para proporcionar información de interés a sus miembros o empleados. Algunos boletines informativos son creados con ánimo de lucro y se venden directamente a sus suscriptores.

RELACIONES HUMANAS: las Relaciones Humanas son las enderezadas a crear y mantener entre los individuos relaciones cordiales, vínculos amistosos, basados en ciertas reglas aceptadas por todos y, fundamentalmente, en el reconocimiento y respeto de la personalidad humana.

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE: el investigador hace una inmersión en el contexto. Se introduce dentro del grupo de estudio y llega a formar parte de él. Da descripciones de los acontecimientos, de las personas, interacciones entre ellas. La ventaja es que se tienen vivencias de primera mano que le permiten comprender la situación o el comportamiento del grupo, relata la sensación del investigador. Esto se plasma en un cuaderno de campo o en un libro diario.

ENTREVISTA: con esta técnica el investigador obtiene información sobre el punto de vista y la experiencia de las personas o grupos adecuados, si lo que se busca es la dispersión de puntos de vistas personales más que el consenso. Aparecerán los puntos de vista prototipos o representantes de las diversas posturas que pudieran existir.

V METODOLOGÍA

5.1 Carácter de la Investigación

Se tiene como paradigma principal el fenomenológico, y como característica, por su diseño es el cualitativo, porque éste “es abierto, tanto en lo que concierne a la selección de participantes-actantes en la producción del contexto situacional, así como en lo que se refiere a la interpretación y análisis- es decir, la articulación de los contextos situacional y convencional- ya que tanto el análisis como la interpretación se conjugan en el investigador (en tanto sujeto de la investigación), que es quien integra lo que se dice y quién lo dice”²⁰

Esto permite por una parte, abordar a los sujetos implicados directamente en el objeto de estudio, donde se explora teóricamente el rumbo que ha tomado el proceso de comunicación en la institución y además una revisión contextual para diagnosticar el rumbo actual de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central.

“Así también, (el modelo cualitativo) responde a estrategias orientadas explícitamente a fines marcados por un proyecto estratégico libre de comprensión totalizadora”²¹ lo que permite tener como criterio y eje central de la propia investigación.

5.2 Definición de la muestra o corpus del análisis.

En la presente investigación se tomó como muestra el Hospital Central, en su estructura interna, con la finalidad de conocer algunos puntos de vista en cuanto a una estrategia de comunicación dentro del nosocomio.

Las personas que se han tomado en cuenta para la investigación fueron tres, ya que con sus aportes y conocimientos en el desarrollo de esta temática, se hace posible un abordaje más directo hacia el tema, ya que uno de los entrevistados realiza las labores de comunicación

²⁰ DELGADO, J. y Gutiérrez, J. (1995): “Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales”. Editorial Síntesis. Madrid. (Pág.77)

institucional como Jefa de la Unidad, conoce todo sobre el Hospital Central, la segunda persona es la Gerente General que cuenta con mucho conocimiento para aportar datos concretos a nuestra investigación, así también la tercera persona a entrevistar es la Jefa de Farmacia.

Las herramientas de recolección de datos se administraron a la Jefa de la Unidad de Comunicaciones la Licda. Miriam Estela de Olivo, graduada como Licenciada en Comunicaciones de la Universidad Tecnológica y que a su vez ha recibido diversas capacitaciones o estudios que le han permitido acumular conocimientos necesarios como para dirigir el trabajo de las Comunicaciones; se puede considerar que es una de las personas idóneas para ser tomada en cuenta en un diagnóstico de dicha naturaleza, pues permitió que los resultados sean lo más confiables posible.

La otra persona entrevistada fue la Gerente General del Hospital la Licda. Elizabeth Cruz Guadrón, graduada en la Licenciatura de Administración de Empresas de la Universidad Dr. José Matías Delgado, quien a su vez ha recibido diferentes capacitaciones sobre el manejo de hospitales, cuenta con la experiencia suficiente para aportar datos idóneos para nuestra investigación.

La tercera persona a quien se le administro la entrevista es la Licda. Karen Elizabeth Montoya, Jefa de Farmacia, quien tiene 7 años con dicho cargo, por lo tanto era otra persona idónea para colaborar con dicho diagnóstico sobre el proceso de comunicación y proporcionar la información adecuada para la investigación.

Las demás personas que conforman esta Unidad no se tomaron en cuenta en la muestra, aunque son parte esencial para el desarrollo de las tareas de Comunicaciones, pero no cuentan con la suficiente experiencia como para soportar el peso de esta investigación, ya que tienen poco tiempo laborando en el lugar.

Para la selección de la muestra se tomó como base el principio de muestreo estratificado. Según Rojas Soriano éste consiste en separar la población en estratos con el fin de obtener representatividad de los distintos estratos que se compone la población y así hacer comparaciones entre ellos; de cada uno se selecciona una muestra, cuya suma se convierte en muestra total. Este tipo de muestreo considera a los estratos como poblaciones independientes.

La estratificación se realizó de acuerdo al siguiente criterio, “observar que existieran las mayores diferencias posibles entre los estratos y dentro de los mismos la menor diferencia”.²²

5.3 Definición de la Técnica

Las técnicas a utilizadas para la recolección de datos fueron la entrevista en profundidad semi dirigida y la observación.

Del método cualitativo se extrae como herramienta fundamental la entrevista en profundidad; Gorden y Denzin, establecen una variación en el concepto de entrevista en profundidad, siendo el que se ocupó en su nivel más estructurado como *entrevista estandarizada programada*, caracterizada por la exactitud en el orden y redacción de todas las preguntas para cada encuestado, lo que permite atribuir las variaciones entre los encuestados a diferencias reales de respuesta y no al instrumento.

Para Gorden, el proceso comunicativo de obtención de información mediante la entrevista se sitúa en un contexto social en el que se da la combinación de tres elementos internos a la situación de entrevista (entrevistador, entrevistado y tema en cuestión) y de elementos externos (“factores extra-situacionales que relacionan la entrevista con la sociedad, la comunidad o la cultura.”²³)

²² ROJAS SORIANO, Raúl (1998). Guía para realizar investigaciones sociales. 30° edición. Plaza y Valdés S. A. de C.V. México DF, México.1998

²³ VALLES, Miguel: "Técnicas Cualitativas de Intervención Social: Reflexión, Metodología y Práctica Profesional". Editorial Síntesis S.A. Madrid. 1997 pág.40-45.

Alonso, ha incorporado el sentido social de la entrevista, como un proceso comunicativo de extracción de información por parte de un investigador, situado en la función expresiva y emotiva del encuentro, abarcando no sólo el sentido lingüístico, sino su sentido especular o social, por cuanto es:

"...un constructo comunicativo y no un simple registro de discursos que 'hablan al sujeto'. Los discursos no son así preexistentes de una manera absoluta a la operación de toma que sería la entrevista, sino que constituyen un marco social de la situación de la entrevista. El discurso aparece, pues, como respuesta a una interrogación difundida en una situación dual y conversacional, con su presencia y participación, cada uno de los interlocutores (entrevistador y entrevistado) co-construye en cada instante ese discurso (...) Cada investigador realiza una entrevista diferente según sea su cultura, sensibilidad y conocimiento particular del tema y, lo que es más importante, según sea el contexto espacial, temporal o social en el que se está llevando a cabo de una manera efectiva"²⁴

Merton y Kendall sostienen que este tipo de entrevistas se caracterizan por la exposición de los entrevistados a una situación social concreta, en la que se pretende la obtención de las fuentes cognitivas y emocionales de las reacciones de los entrevistados ante algún suceso, para lo cual se centra en las experiencias subjetivas de quienes se han expuesto a la situación. Para ello, la entrevista debe basarse en cuatro criterios entrelazados:

"1) No dirección, se trata de que la mayoría de las respuestas sean espontáneas o libres, en vez de forzadas o inducidas. 2) Especificidad, animar al entrevistado a dar respuestas concretas, no difusas o genéricas. 3) Amplitud, indagar en la gama de evocaciones experimentadas por el sujeto y 4) Profundidad y contexto personal, "la entrevista debería sacar las implicaciones con carga valórica de las respuestas de los sujetos, para determinar si

²⁴ALONSO, 1994 citado por Valles, Miguel "Técnicas cualitativas de Intervención Social: Reflexión, metodología y práctica profesional". Editorial Síntesis S.A. Madrid 1997, págs. 12.

la experiencia tuvo significación central o periférica. Debería obtener el contexto personal relevante, las asociaciones idiosincrásicas, las creencias y las ideas"²⁵

De acuerdo con la naturaleza de la investigación, la técnica más indicada para este trabajo fue la entrevista, ya que se trató de obtener la información mediante las personas involucradas directamente con el objeto de estudio.

Según la muestra, estas personas fueron la más idóneas para abordar el tema debido a su experiencia en las investigaciones independientes, que a su vez sirven como apoyo a las materias que imparten en las instituciones en mención.

Para desarrollar esta investigación se escogieron técnicas que permitan la obtención de datos cualitativos propios de las investigaciones sociales, de esa manera, se tomarán algunos puntos que Jesús García Jiménez, propone como metodología para el abordaje de la Comunicación.

Por otra parte “**la observación** de manera general es comprendida como El registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto según el problema de estudio.

El investigador debe definir los objetivos a lograr, determinar las unidades de observación, las condiciones en que asumirá la observación y los fenómenos o conductas a registrarse.

Como técnica de recolección de datos debe ser planificada cuidadosamente para que reúna los requisitos de validez y confiabilidad”²⁶

²⁵ VALLES, Miguel "Técnicas cualitativas de Intervención Social: Reflexión, metodología y práctica profesional".

Editorial Síntesis S.A. 1997, Madrid. Págs. 25

²⁶ ORTEZ ZACARÍAS, Eladio, (2000) “Pasos para hacer una investigación”, Clásicos Roxil, Santa Tecla, El Salvador, 2000

Es así que dicha técnica fue de utilidad por permitir detallar cada elemento y aspecto importante de beneficio para la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central.

Según Comboni la observación es una fase de la investigación en la que ya se sabe lo que se busca, definida la problemática y elegido el campo de acción. Además esta se subdivide en observación indirecta y directa.

Dentro de la observación directa está la observación ordinaria que para el caso fue utilizada en esta investigación.

La observación ordinaria puede entenderse como aquella en la cual “el investigador está fuera del grupo que observa; no participa de sus problemas ni de su vida.”²⁷ En esta actividad se debe observar detenidamente para no pasar inadvertido ningún detalle, además el investigador debe organizar todo lo que capta para darle coherencia como descubrir los problemas que haya, en este caso en la Unidad de Comunicaciones del Hospital.

En cuanto a sus ventajas, según Comboni, “permite precisar el área de estudio, recoger información inicial para formular el problema y enunciar algunas hipótesis, y adoptar estrategias para la aplicación de otras técnicas de recolección de datos. Resulta útil cuando no es fácil incorporarse al grupo observado.”²⁸

Es así que estas técnicas permitieron conocer con más detalle las actividades como el funcionamiento de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central y los recursos con los que cuenta ésta, tanto materiales como humanos, por lo tanto dio lugar a determinar lo que fue de utilidad y lo que no.

²⁷ COMBONI, Sonia, (1999) “Introducciones a las técnicas de información”, Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1999

²⁸ COMBONI, Sonia, (1999) “Introducciones a las técnicas de información”, Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1999

5.4 Procedimiento del trabajo de investigación

Para el desarrollo de la investigación, fue necesario diseñar una serie de etapas o fases que tenían como propósito obtener un trabajo bien planificado y lograr los resultados por la importancia del tema y el adecuado tratamiento que se les debe dar.

Antes de realizar la investigación se realizó el anteproyecto en Seminario de Graduación; en esta fase se consideraron una serie de temas a investigar, escogiéndose el que se determinó que era el más factible por diferentes razones: el conocimiento previo a la institución por parte de la persona que realiza la investigación, la accesibilidad al lugar y porque es un fenómeno comunicacional y la naturaleza de la institución lo hace de mayor interés para el público.

Además, en dicha fase se determinaron los elementos investigados como lo son: la forma en que se desarrolla la función informativa, herramientas de trabajo, imagen que tiene el público de la institución y dificultades que día a día acontecen.

El trabajo de campo, aquí se procedió a la recolección de la información que se obtuvo a través de administrar las entrevistas a los informantes que se establecieron en la primera fase. Según Rojas Soriano²⁹, la información que se capta en un cuestionario de entrevista o por medio de otros instrumentos difícilmente podría ser manejada en su presentación original, ya que implicaría tiempo y esfuerzos excesivos.

Por esta razón, es necesario reunir, organizar, clasificar, resumir y presentar la información o relaciones de datos con el fin de facilitar su análisis e interpretación.

²⁹ ROJAS SORIANO, Raúl (1998). “Guía para realizar investigaciones sociales.” 30° edición. Plaza y Valdés S. A. de C.V. México DF, México.1998.

Durante esta etapa de la investigación se realizó la observación participante, la cual tuvo una duración de dos meses, comprendidos entre febrero y la primera semana de abril.

Dicha observación se hizo en los horarios de trabajo de la Unidad de Comunicaciones para poder obtener datos confiables de una manera directa.

En **el análisis e interpretación** se analizaron los datos obtenidos anteriormente para interpretarlos y llegar a las conclusiones finales de la investigación. Es en ésta donde se observaron los resultados de todo el proceso investigativo.

Conclusiones y recomendaciones: En esta fase se elaboró un informe preliminar con los resultados de la interpretación de las deducciones finales, así como las conclusiones, y objetivos alcanzados.

Presentación del informe Final: se hizo la entrega y exposición del informe final

VI ANÁLISIS Y EXPOSICIÓN DE RESULTADOS

6.1 Comunicación Interna

La comunicación interna es aquella dirigida al trabajador. Nace como respuesta a las necesidades de las compañías de motivar a su capital humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

Tomando en cuenta esta función principal, podría afirmarse que la comunicación interna (como ya se había comentado en otros apartados), es dirigida en el Hospital por la Unidad de Comunicaciones de la institución, quien es la encargada de velar por el buen funcionamiento de esta relación.

En este sentido Miriam Estela de Olivo, encargada de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central expresa: “La unidad de comunicaciones es la que ve todo en forma general, que sirve como mediadora para que las cosas circulen de la mejor manera y no para conveniencia individual”³⁰

Es decir que la Unidad de Comunicaciones del Hospital se creó con la idea de proyectar ante todo una mejor imagen institucional, pero también para mantener una mejor interacción entre los empleados de la misma.

De tal manera que con el objetivo de promover una comunicación a todas las escalas, se ha apoyado la labor interna que realiza la Unidad de Comunicaciones a través de instrumentos de difusión tales como: brochure, correos electrónicos, periódico mural donde los empleados pueden acceder fácilmente a las actividades y anuncios propios de la institución.

³⁰ OLIVO. Miriam Estela de, encargada de la unidad de comunicaciones del Hospital, (ENTREVISTA), ver anexo pág.66

Basados en la construcción de una identidad propia del Hospital, en un clima de confianza y motivación, buscando además profundizar en el conocimiento de la entidad, se realizan una serie de actividades comunicacionales con el fin de informar a los empleados sobre los logros conseguidos por la institución.

Con el objetivo de promover una comunicación a todas las escalas, la Administración Superior ha apoyado la labor interna que realiza la Unidad de Comunicaciones a través de instrumentos de difusión tales como: un boletín informativo interno que es distribuido en el correo electrónico, carteleras informativas distribuidas en puntos estratégicos donde los empleados pueden tener acceso.

Para la Licda. Elizabeth Cruz Guadrón, Gerente General del Hospital, la comunicación en la institución es primordial para mantener una relación de armonía entre los empleados; “Para evitar malos entendidos a la hora de establecer funciones y responsabilidades”, afirmo.³¹

Otras actividades que se realizan son jornadas de información y orientación sobre temas transversales en la institución y que son de interés colectivo para los empleados. Se cuenta también con un espacio en Internet que debe ser mejorado, todo esto con el objetivo de facilitar los métodos de comunicación entre los empleados y la administración.

Comunicación Directa: es la comunicación que se desarrolla entre el emisor y el receptor o receptores en forma personal, con o sin ayuda de herramientas. Es llamada también comunicación boca-oído. (Hablar frente a frente, charlas, conferencias, etc).

Comunicación Indirecta: es aquella donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento ya que el emisor y el receptor están a distancia. La comunicación indirecta puede ser personal o colectiva.

³¹GUADRON, Elizabeth Cruz, Gerente General del Hospital, 2011, ENTREVISTA, ver anexo Pág.73

Indirecta/personal: se desarrolla con la ayuda de una herramienta o instrumento (hablar por teléfono, enviar una comunicación impresa, radioaficionados, correo electrónico, chat por internet, etc.)

Indirecta/colectiva: el emisor se comunica con un grupo de receptores ayudado por una herramienta o instrumento (periódicos, televisión, radio, cine, libros, página web, videos, etc.). Se le conoce también como comunicación social o de masas.

Una vez logrando la aceptación del público interno se puede comenzar a trabajar con el público externo con la finalidad principalmente de compartir los conocimientos que genera.

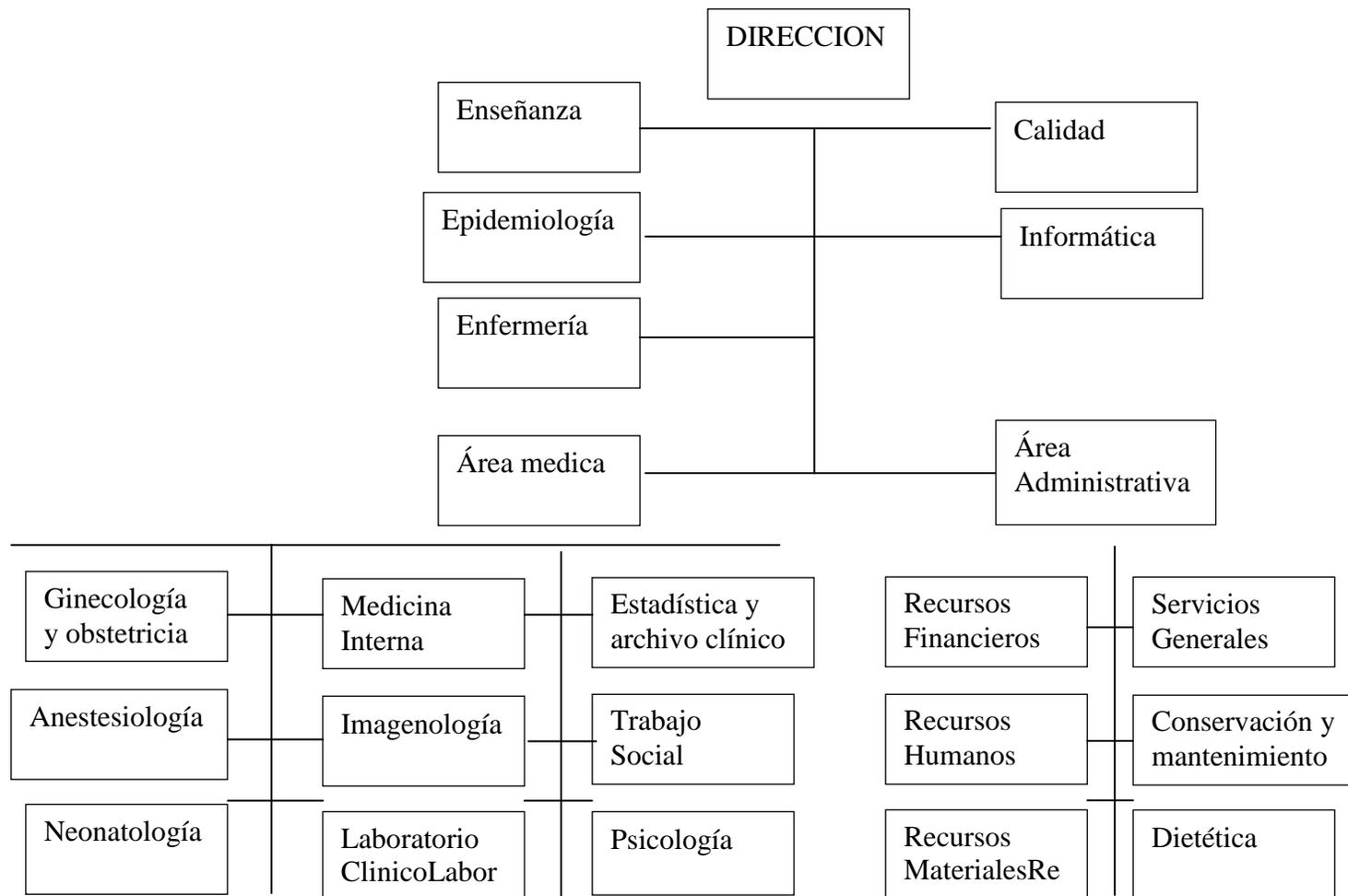
La comunicación que la institución tenga con los públicos internos dependerá de lo que pretenda proyectar: credibilidad, confianza, seguridad y todos aquellos aspectos que conlleven a construir una buena imagen.

En este sentido el Hospital Central ha logrado avanzar en cuanto a dar a conocer su imagen como una institución de salud. “No podemos negar que se ha avanzado un poco, el hecho de que los pacientes ya se están acercando a solicitar nuestros servicios médicos, es porque nos están aceptando y creyendo en nuestra capacidad de servicio.”³²

³² OLIVO, Miriam Estela de, Encargada de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, 2011, ENTREVISTA, Ver anexo. Pág.69

6.2 Estructura y Organigrama

La ubicación de las diferentes gerencias y unidades del Hospital Central se desglosa en el siguiente organigrama:



Para entender mejor la organización del hospital se explica brevemente de la siguiente manera:

La dirección, que es la unidad encargada de tomar decisiones tales como aprobar el proyecto de presupuesto anual, el sistema de salarios y el plan de trabajo de la institución, entre otras.

Debajo de ésta, se encuentran otras áreas propias de un hospital como las áreas médicas y las áreas administrativas.

En el último nivel de jerarquía se ubican seis unidades, sus labores son más operacionales ya que trabajan directamente en el servicio que brinda la institución y ejecutan los diferentes planes formulados por las direcciones y gerencias.

Para comunicarse entre sí, los diferentes medios habilitados son correo electrónico, internet, teléfonos, memorandos, cartas, carteleras y la comunicación verbal.

6.3 Planificación de la Unidad de Comunicación

El éxito de toda institución, ya sea pública o privada radica en la orientación de sus objetivos, tanto generales como específicos, su política y su forma de dirigir

La importancia de contar con una planificación de la comunicación para cada Institución social, se vuelve una herramienta primordial e indispensable, ésta consiste en la técnica de tratar de coordinar los componentes de las diversas unidades.

El termino Planificar, consiste en hacer planes a largo o corto plazo, anticiparse a los hechos o actividades que se pueden dar en un determinado momento o circunstancia, con el fin de que en un momento específico se pueda dar respuesta y salida a los problemas que aquejan a la institución.

Muchos autores han tratado de explicar de manera apropiada la Planificación de la Comunicación en diversas teorías y definiciones, sin embargo, la mayoría coincide en que dicho elemento es fundamental para el desarrollo de toda institución, empresa, unidad o departamento, en el sentido que la planificación resulta central al momento de pensar cualquier actividad, vaya ésta orientada a perseguir “la adaptación y el orden, los destinados a generar el equilibrio y los que apuntan a lograr el cambio o transformación”³³

Dante Illescas 1995, p 91, resalta la idea de Koontz y O` Doncel que la Planificación “es la función que lleva consigo la selección en instrumentación entre las alternativas posibles de objetivos, políticas, procedimientos y programas... Consiste, por lo tanto en la adopción de una decisión que afecta la futura orientación de la empresa, de un departamento, de un servicio o meta”³⁴

Todo lo anterior, en cuanto a la Planificación de la Comunicación, en vista de ser un concepto bastante asimilado y puesto en práctica por las empresas modernas que se rigen bajo el concepto de la Comunicación Institucional; ésta frase o concepción, no es ajena en sus que haceres cotidianos.

Para el caso de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, el planificar la comunicación, debería de ser en orientar, guiar, valorizar, difundir y comunicar cada actividad con miras hacia el desarrollo de esta unidad académica, basada en su propia identidad y función de salud.

Según La Licda. Karen Elizabeth Montoya, Jefa de Farmacia del Hospital, la institución cuenta con las herramientas necesarias para mantener una buena comunicación, tanto interna

³³ MARTIN, María Victoria. “Planificación en comunicación: Tres aproximaciones a su finalidad en la organizaciones”, febrero-marzo 2007. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html>

como externa, “es una forma de mantener informados a los pacientes de los servicios médicos que presta el hospital”.³⁵

En tal sentido, toda información ya sea a nivel interno como externo que afecten al entorno del mismo.

Paul Capriotti sostiene que “una vez definida la identidad de la empresa, y reconocidos los atributos que identifican a la organización, se pasa a la estructuración de la actuación a través de los recursos de comunicación que posee la organización.”

En ella se tomarán en cuenta a los diferentes públicos que serán afectados por los mensajes e ideas a transmitir por la unidad o empresa, en este caso el Hospital Central; y de la unidad creadora y difusora de información y comunicación.

No obstante, los mensajes que se puedan difundir en los públicos internos y externos serán mediante los recursos tecnológicos y convencionales con los que cuenta el Hospital, en este caso el correo electrónico, afiches, boletines, comunicados de prensa, memorándums y publicaciones en los periódicos.

Todo ello encaminado a mantener un equilibrio de buena relación con el entorno o medio ambiente; la planificación de la comunicación es también un proceso que posibilita la generación u obtención de información necesaria para la canalización de las acciones de los subordinados, la generación de la conductas adaptables tanto de éstos, como la propia organización que garantice mantener el equilibrio y alcanzar los objetivos.

Martin, citando a Edward Bernays, menciona que “la Planificación implica estrategia y organización en que las actividades son coordinadas y adaptadas a la realidad de

³⁵ MONTROYA, Karen Elizabeth, Jefa de Farmacia del Hospital, 2011, ENTREVISTA, Ver anexo Pág.79

la situación”. En otras palabras es la aplicación de una teoría a la realidad con el fin de decir qué hacer, cuándo y cómo.

Sin embargo, “el planificar la información, no siempre resultará una especie de garantía para lograr los objetivos y metas; pero sí el vislumbrar posibles problemas que en su momento puedan afectar el desarrollo de cualquier institución, con el fin de asimilar de mejor manera las posibles consecuencias, así como el disminuir el grado de incertidumbre de los posibles autores en sus relaciones internas y externas”³⁶

6.4 Planificación de la Información:

Lo primordial es la fijación de metas y objetivos de comunicación, o sea aquellos fines a los que se pretende dar alcance, como por ejemplo; el fortalecimiento de la imagen institucional dentro y fuera de la universidad.

Así mismo, se busca determinar los recursos con que se cuenta y la adecuación de los objetivos a los recursos disponibles.

También se persigue la creación de una estrategia y determinación de tácticas para lograr los objetivos. Es importante tener claro que para una excelente planificación se debe contar con recursos básicos y necesarios para mejorar el área comunicativa.

“La verdad no contamos con los recursos suficientes, ya que poseemos lo necesario para poder realizar bien nuestro trabajo, pero lo ideal sería contar con mejores condiciones, ya sea material o económicamente; no obstante con los materiales que se tienen se realiza el trabajo de la mejor manera posible”.³⁷

³⁶ MARTIN, María Victoria. “Planificación en comunicación: Tres aproximaciones a su finalidad en la organizaciones”, febrero-marzo 2007. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html>

³⁷ OLIVO, Miriam Estela, Encargada Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, 2011, ENTREVISTA, ver anexo Pág. 66

Según Olivo, en la Unidad de Comunicaciones del Hospital no se cuenta con el personal suficiente para desarrollar una mejor labor, afirmando que solo son 3 personas quienes se desempeñan en dicha unidad.

6.5 PROPUESTA DE POLITICAS

A partir de la dimensión del diagnóstico y de las recomendaciones y conclusiones expuestas por en la investigación, se recomienda incluir los siguientes puntos en la Política de Comunicaciones, para cuando ésta sea publicada oficialmente:

En la comunicación interna:

- Por ser la encargada de manejar la comunicación al interior de la institución, la Unidad de Comunicaciones se encargará de dar a conocer la Política de Comunicaciones a los nuevos empleados de esta unidad de trabajo.
- La Gerencia de Comunicaciones deberá estar integrada por personas con un grado de escolaridad, mínimo universitario de cuarto año, en carreras relacionadas a las Comunicaciones.

En la comunicación externa:

- La Unidad de Comunicaciones creará y manejará un personaje que sirva para representar a la institución. Además, se encargará de incluirlo en los materiales publicitarios e informativos para posicionarlo entre la población.
- La Unidad de Comunicaciones deberá destinar un espacio en la página Web de la institución a los discursos del Director del Hospital, que sirva como una base de datos y de fuente para los medios de comunicación.

Se propone incluir las políticas anteriores en el borrador que podría convertirse a corto plazo en la Política de Comunicaciones del Hospital Central.

6.6 PROPUESTA DE REORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL

La Estrategia de Comunicación surge como respuesta a las necesidades comunicativas de una institución, por lo que cada institución deberá plantearse las técnicas o actividades que faciliten y agilicen el flujo de los mensajes entre la organización y sus diferentes públicos.

Además de corregir u optimizar el flujo de información, la institución puede encaminar todo el conjunto de técnicas o actividades a influir en las opiniones, actitudes o conductas de sus públicos con la finalidad de mejorar su imagen.

La estrategia debe ser planificada de tal forma que enlace todos sus elementos con los intereses de la institución y para lograr consolidarla o complementarla es necesario establecer políticas internas y externas, que respondan a los intereses y necesidades comunicativas de sus públicos utilizando los mecanismos adecuados.

Toda Unidad de Comunicaciones debe tener en claro sus objetivos y metas, para lograr éxito en su proceso comunicativo, ya sea este interno o externo.

Según, Miriam de Olivo, entre los objetivos del área de comunicaciones están: “Tratar de que los usuarios comiencen a darle credibilidad al hospital...Se está tratando de mostrar una faceta diferente, para que las personas tanto pacientes como el personal vuelva a creer en nuestra institución”,³⁸

Las políticas internas y externas ayudarán a mejorar y sostener tanto las relaciones, como las acciones para complementar y reforzar la comunicación en la institución cualquiera que sea su origen.

³⁸ OLIVO, Miriam Estela, Encargada Unidad de Comunicaciones del Hospital Central, 2011, ENTREVISTA, ver anexo Pág. 68-69

Para el Hospital Central como políticas internas podrían utilizarse mecanismos tales como:

- Internet.
- Carteleras.
- Circulares.
- Manuales.
- Publicaciones (brochure, revistas)
- Reuniones (charlas de salud, foros, debates, conferencias).
- Comunicación por teléfono.
- Periódicos murales.

Mientras como políticas externas pueden utilizarse:

- Internet
- Uso de medios masivos de comunicación tales como: Periódicos, Radio, Revistas, Televisión.

Para los medios externos mencionados hay que considerar que los entrevistados aseguraron que sí hacen uso de ellos para informar sobre sus actividades y servicios.

Si bien es cierto que el medio de comunicación idóneo para el Hospital Central será un sitio Web, habrán ocasiones en las cuales será necesario complementarlo con los medios ya mencionados.

Es de mencionar que según los entrevistados, y gracias a la observación se determinó que el Hospital sí cuenta con un sitio Web, sin embargo es necesario mantenerlo actualizado y de fácil acceso para sus usuarios.

Para el caso del Hospital Central según lo investigado se ha determinado que éste será dirigido a todos los pacientes, empleados y personal que éste tanto dentro del territorio salvadoreño, así como fuera de las fronteras, por lo tanto se considera que el instrumento más adecuado para difundir el mensaje es la creación y mantenimiento de un sitio Web.

Para ello se deberá contar con la ayuda de personas con experiencia en el Área de Comunicaciones y que se involucren en el acontecer del Hospital, pues serán ellos los encargados de crear los apartados, secciones e información que contendrá el sitio web, con el fin de brindar un mejor servicio a sus públicos internos y externos, además de reforzar sus objetivos, políticas e imagen institucional.

Dicho instrumento reforzará el conocimiento ya existente en sus públicos acerca de los problemas o acontecimientos, como también propuestas de soluciones para las problemáticas, así como influirá para crear un apoyo para la acción personal o colectiva sobre un tema determinado o temas de agenda de la unidad académica en mención.

El uso de Internet abre un mundo de posibilidades, oportunidades y alcance a los medios de comunicación, en él se encuentran textos, audios, e imágenes, en otras palabras en él puede transitar toda la información de los medios de comunicación ya existentes, lo que lo hace un canal multimedia.

El uso del Internet como herramienta de la comunicación institucional

Con la transformación que han sufrido los medios de comunicación con el desarrollo de la tecnología y el posicionamiento del Internet, es necesario que los profesionales en el manejo y emisión de la información reflexionen sobre el importante papel que ya tiene, en el quehacer profesional, el uso de las Tecnologías de la Información y sobre todo el Internet en la comunicación institucional.

Entre los beneficios del Internet en la comunicación institucional se puede destacar que su utilización acorta el tiempo en la difusión de la información generada desde la institución, lo que admite llegar a una mayor cantidad de personas y con un bajo costo.

“La originalidad y diferenciación de Internet respecto a los demás medios tradicionales reside en que ofrece una comunicación bilateral. Se trata del poder de la red de ordenadores para crear y difundir información que convierte a la Web en el medio más adecuado para llegar a los usuarios y establecer relaciones interactivas y directas con ellos. La interactividad, que es la característica clave del ciberespacio, sitúa el control de la comunicación en manos del internauta y ofrece a las compañías la oportunidad exclusiva de crear un diálogo directo con cada usuario.”³⁹

Para la utilización de un sitio web como estrategia de Comunicación del Hospital se debe tener en cuenta la finalidad u objetivo, para el caso sería la información netamente.

Según Montoya, Jefa de Farmacia, actualmente el Hospital cuenta con una página Web, sin embargo, no es actualizada periódicamente. “Estamos en Internet pero no se actualiza la información, a veces por medio de el periódico pero se necesita mayor información para que el público conozca de nuestros servicios, si no se publica no nos damos a conocer”.⁴⁰

Una vez logrando la aceptación del público interno se puede comenzar a trabajar con el público externo con la finalidad principalmente de compartir los conocimientos que generan.

La comunicación que la institución tenga con los públicos internos dependerá de lo que pretenda proyectar: credibilidad, confianza, seguridad y todos aquellos aspectos que conlleven a construir una buena imagen.

³⁹ PROENCA, Pilar. “La comunicación en Internet y las nuevas herramientas de las Relaciones Públicas”, 2007.

⁴⁰ MONTOYA, Karen Elizabeth, Jefa de Farmacia, 2011, ENTREVISTA, Ver anexo Pág. 78

No hay que olvidar que un sitio Web tendrá que actualizar constantemente su información para lograr un mejor resultado, también se debe considerar que el sitio Web sea un sitio productivo que además presente un menú de navegación comprensible y no demore en cargar, que al visitante le quede claro desde el primer vistazo el tipo de sitio Web que está visitando y que la información sea clara y sencilla.

Contenido que se pretende establecer en el sitio Web
-Vínculos
-Información institucional
-Historia del Hospital Central
-Misión y visión
-Objetivos generales y específicos.
-Su estructura organizativa.
-Quiénes son y han sido sus autoridades
-Horarios de atención
-Nombres de los médicos
-Perfil de los médicos
-Especialidades médicas
-Consulta de laboratorios
-Información sobre el trabajo social.
-Actividades
-Fechas conmemorativas del Hospital
-Actividades a realizar durante el año

VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Durante el desarrollo de la investigación se encontró que las fuentes consultadas coincidieron en que se mantiene un ambiente armonioso dentro de la institución, sin embargo, entre las conclusiones encontradas en el proceso de investigación se destaca que no existe voluntad de parte de todas las personas involucradas (empleados del hospital) a quienes se abordó.

Otro punto que hay que mencionar es que hasta la fecha no existe ninguna Estrategia de Comunicación en el Hospital, que permita que mejore su imagen, lo que comprueba el poco interés y voluntad por ejecutar proyectos de esta clase para el bienestar común de dicha Unidad.

Por consiguiente, los mecanismos de información y comunicación no están funcionando acorde al proceso comunicativo, debido a que éste se limita netamente a la difusión y transmisión de mensajes a través de los diferentes canales convencionales; sean éstos: brochure, afiches, periódicos murales, carteles etc.

El flujo de información no se está realizando de forma organizada dentro del Hospital en vista que hay momentos en que la información no es del conocimiento general para todos empleados y pacientes, cayendo en la desinformación de consultas y actividades propias del hospital.

Otro aspecto a destacar es que en la Unidad de Comunicaciones del Hospital no ha existido el suficiente interés por parte de las autoridades para promover una comunicación organizacional.

Sin embargo, los entrevistados coincidieron que no se mejora el nivel de comunicación porque no se cuenta con los recursos necesarios.

RECOMENDACIONES

Las autoridades superiores del Hospital deben ser los encargados de perseguir el orden y adaptación, siendo los destinados a generar el equilibrio para fomentar cambios en cuanto al desarrollo comunicativo, en el que los empleados y pacientes mantengan relaciones adecuadas con las autoridades.

Una forma de hacer funcionar el proyecto sería buscar algún tipo de patrocinio, convenios o respaldo de instituciones interesadas en invertir especialmente en el desarrollo de la salud, o de investigaciones científicas y que sirva como un soporte al financiamiento o equipo si éste último fuera necesario para utilizarlo en el desarrollo de nuevos proyectos como la estrategia de comunicación que se propone en este trabajo o los ya existentes.

Con la finalidad de concretar una Estrategia de Comunicación, las autoridades, el público interno, empleados y pacientes del nosocomio deberían mostrar mayor interés y unidad para contribuir eficientemente al desarrollo de esta Unidad Administrativa.

De ser implementada la Estrategia de Comunicación y para un mejor funcionamiento de la Unidad de Comunicaciones y la estrategia en sí, es necesario organizar a los empleados y encargados del área de establecer relación de actividades, que vengan a subsanar los problemas comunicativos que existen dentro de esta unidad.

Es importante realizar un plan de trabajo o actividades del Hospital, en el que se incluya el análisis de éstas para conocer los logros y dificultades presentados en el desarrollo de la página web.

De igual forma, hay que diseñar un plan para mantenimiento de laboratorios y actualización del equipo tecnológico con que se cuenta, con el propósito de un continuo y óptimo funcionamiento de cualquier proyecto de salud que se realice, ésto con el objetivo de generar mayor confianza entre los pacientes.

Si se echa a andar la propuesta de Estrategia de Comunicación se debe incentivar a estudiantes de Comunicaciones de las universidades nacionales para realizar su servicio social o prácticas en la Unidad de Comunicaciones del Hospital, pues de ellos dependerá gran parte de la publicación del material informativo que produzcan ahí, como la actualización del mismo, siendo ellos los encargados de investigar, redactar y subir la información.

VIII FUENTES CONSULTADAS

BIBLIOGRAFIA.

LIBROS

- BARTOLI, Annie. Comunicación y Organización. Paidós. Buenos Aires. 1992
- COMBONI, Sonia, “Introducciones a las técnicas de información”, Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1999
- FERNÁNDEZ, Carlos. La comunicación en las organizaciones. 2da edición. México: Trillas, 2002.
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos, “La comunicación en las organizaciones”, Editorial Trillas, S.A. de C.V., México, 1999
- GOLDHABER, Gerald M. “Comunicación Organizacional”, Editorial Diana, S.A., 1984
- GRANDE, Julio César, “Diccionario Moderno de la Cultura, Comunicación e Información”, Editorial e Imprenta Universitaria, San Salvador, El Salvador, 2003
- HABERMAS, Jürgen: Teoría de la acción comunicativa. Vol. I y II. Taurus. Buenos Aires. 1987
- MARTÍNEZ DE SOUSA, José, “Diccionario del Periodismo”, NINFANA, 1981
- MONTERO, María Dolores, “La información Periodística y la influencia Social”, Editorial S. A., Barcelona, España, 1993
- ORTEZ ZACARÍAS, Eladio, “Pasos para hacer una investigación”, Clásicos Roxil, Santa Tecla, El Salvador, 2000
- SANDOVAL CASILIMAS, Carlos A., “Investigación Cualitativa”, Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, Bogotá, Colombia, 2002
- VAN RIEL, Cees B.M., “Comunicación Corporativa”, Prentice Hall, Madrid 1997
- WEIL, Pascale “La comunicación global: comunicación institucional y de gestión”, Editorial Paidós, SAICF, 1992

TESIS

- ARIAS, Mercy Carolina, “Bases generales para implementar un departamento de comunicación”, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 2001
- ÁVALOS REYES, Ana Ruth y otros, “Estudio de la situación comunicacional para el distrito N° 2 de la Alcaldía de San Salvador”, Universidad José Simeón Cañas, 2000.
- CHÁVEZ HENRÍQUEZ, Ligia Gisela y otros, “Estudio de necesidades de comunicación internas y externas de FUNDASALVA”, Universidad José Simeón Cañas, 1999
- CUBÍAS ALFARO, Lilian Marleni y otros, “Estrategia informativa de la dirección de comunicaciones del MINED”, Universidad de El Salvador, 2005
- MÉNDEZ REVELO, Rosa maría, “Análisis de las Estrategias de comunicación utilizadas por el consejo municipal de Suchitoto, del departamento de Cuscatlán, hacia la población urbana y rural, para fortalecer la participación ciudadana de cara al desarrollo local”, Universidad de El Salvador, 2001

ENSAYOS

- ORELLANA CALLEJAS, Maritza Jeannette, “El aporte de la planificación de la comunicación institucional con objetivos de desarrollo al proyecto democrático de El Salvador. Bases de una propuesta para planificar la comunicación en las instituciones políticas “, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, 1998
- VILLALTA GALDAMEZ, Isabel, “Elementos para la Historia de los Departamentos de Letras y Periodismo de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador”, Universidad de El Salvador, 2006

HEMEROGRAFÍA

Folletos

- RIVAS, Edgar “Centros de Comunicación Social” Departamento de Periodismo ciclo

VIII 2004)

- MARTIN BARBERO, Jesús. De los medios a las mediaciones.

Documentos

- S/N “Reseña Histórica y Curricular Periodismo” Departamento de Periodismo año 2005

Revistas

- CUBÍAS COLORADO, José Eduardo. “Los años 60: Una década para recordar”, Revista Humanidades IV época, número 7 año 2005.
- GUZMÁN A., Francisco. “Una cala en la historia del Departamento de Periodismo”, Revista Humanidades IV época, número 7 año 2005.

INTERNET

- Archive Ouverte en Sciences de l'Information et de la Communication: <http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/>
- DE LA FUENTE SILVA, Leopoldo. “La investigación científica”, 2007.
<http://www.monografias.com/trabajos7/inci/inci.shtml>
- DELL'ORDINE, José Luis: Dell'Ordine@arnet.com.ar.
- En SEMIOTICIANS: <http://www.archivo-semiotica.com.ar/>
- En MAGARIÑOS DE MORENTÍN, Juan A.: <http://www.magarinos.com.ar/>
- ESCOBAR FERNANDEZ, Jorge. “La comunicación corporativa”, 2003.
<http://www.monografias.com/trabajos5/comcor/comcor.shtml>
- GRAJALES G., Tevni. “Tipos de investigación”, 2000.
<http://tgrajales.net/investipos.pdf>
- LA PORTE, José María. “Introducción a la comunicación institucional”, 2005.
<http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>
- LOPEZ, Jesús. “¿Qué es la estrategia de comunicación?”, 2006.
<http://www.apuntesgestion.com/2006/06/29/que-es-la-estrategia-de-comunicacion/>

- MARQUEZ MOLINA, Laura. “La comunicación en las organizaciones”, 2004.
<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/71/comunicorgan.htm>
- MARTIN, María Victoria. “Planificación en comunicación: Tres aproximaciones a su finalidad en la organizaciones”, febrero-marzo 2007.
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/mmartin.html>
- PROENCA, Pilar. “La comunicación en Internet y las nuevas herramientas de las Relaciones Públicas”, 2007.
<http://www.noticiascadadia.com/noticia/7097-la-comunicacion-en-internet-y-las-nuevas-herramientas-de-relaciones-publicas/>
- PUENTE, Wilson. “Técnicas de investigación”, 2008.
<http://www.rppnet.com.ar/tecnicasdeinvestigacion.htm>
- VERA VÉLEZ, Lamberto. “La investigación cualitativa”, 2008.
http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/INVESTIGACION_CUALITATIVA.pdf

ENTREVISTAS

- CRUZ, GUADRON, Elizabeth, Gerente General Hospital Central, 2011
- MONTOYA. Karen Elizabeth, Jefa de Farmacia Hospital Central, 2011
- OLIVO, Miriam Estela de, Encargada de la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central. 2011.

ANEXOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

El presente instrumento de investigación ha sido elaborado para obtener datos idóneos y objetivos, con el propósito de conocer, analizar y comparar la forma de producción informativa real de la unidad de comunicaciones en el Hospital Central, en contraste con lo que dicen los teóricos de esta rama de la comunicación.

- 1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando para la Unidad de Comunicaciones?**
- 2. ¿Con relación a lo que compete a la comunicación institucional, cuáles son las tareas que usted realiza?**
- 3. ¿Qué tanto conocen los empleados la empresa donde trabajan?**
- 4. ¿Cuentan con personal suficiente para cumplir con las labores?**
- 5. ¿Qué percepción cree usted que tienen los empleados sobre la inducción que tuvieron cuando ingresaron al Hospital?**
- 6. ¿Cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo?**
- 7. ¿Cree que cuenta con los recursos materiales y económicos para desarrollar un buen trabajo?**
- 8. ¿Si hay algún equipo o material que necesiten para mejorar sus labores?, ¿Cuáles serían?**

9. **¿Qué procedimientos utilizan para la relación directa con el personal y con los usuarios de la institución; a fin de mantener un ambiente comunicacional óptimo a nivel interno y externo?**
10. **Cuentan con algún medio de comunicación para darse a conocer e informar de los servicios que ofrecen:**
11. **Considera usted importante la comunicación para una institución como el Hospital Central ¿por qué?**
12. **¿Por qué considera usted importante la buena comunicación con los pacientes y con el personal que labora?**
13. **¿Cuál ha sido el mayor logro a nivel Institucional?**
14. **¿Cuáles son los objetivos de la unidad de comunicaciones?**
15. **¿Qué tanto han logrado cumplir con los objetivos de la unidad?**
16. **¿Quién distribuye las tareas al personal?**
17. **¿Cuenta con algún boletín, comunicado, brochure para poder informar a los empleados y a los pacientes?**
18. **¿Cuál es su horario de trabajo?**
19. **¿Cuál es su rutina al llegar al hospital?**

ENTREVISTAS

Licda. Miriam Estela de Olivo

Unidad de Comunicaciones del Hospital Central

1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando para la Unidad de Comunicaciones?

Ya son 17 años desde que se fundó el Hospital soy parte de esta Unidad, solo que al comienzo se llamaba Gerencia de Comercialización.

2. ¿Con relación a lo que compete a la comunicación institucional, cuáles son las tareas que usted realiza?

Trabajo con lo que es Relaciones Públicas, lo que es atención al paciente, atender a los medios de comunicación, asesoría a la gerencia, todo lo que tiene que ver con los diferentes eventos que aquí se dan, entre otros. Pues en este sentido se trabaja en la búsqueda de ingresos para el Hospital dándoles una excelente atención a los pacientes para que cuando lo necesiten regresen.

También se trabaja en darle apoyo a todas las áreas del Hospital.

3. ¿Qué tanto conocen los empleados la empresa donde trabajan?

Pues la conocen muy bien, porque la mayoría de los que trabajan aquí ya tienen muchos años de laborar para dicho Hospital.

4. ¿Cuentan con personal suficiente para cumplir con las labores?

Pues lamentablemente no, no contamos con personal suficiente solo somos tres las que laboramos en la unidad, por lo tanto, es doble trabajo pero logramos salir con nuestra labor de informar a los demás. Mantener informado al periodista es muy importante, es una forma de garantizarles el acceso a la información y que no se hagan desorden al momento de proporcionarla.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen los empleados sobre la inducción que tuvieron cuando ingresaron al Hospital?

La armonía y el respeto que hay entre el personal, la dedicación y la necesidad de obtener un trabajo, es lo primordial para interesarse en algún trabajo.

6. ¿Cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo?

Con un ambiente laboral optimo, con ganas de trabajar y atender de forma adecuada a los pacientes. Cuando hay buenas relaciones entre el personal con mayor gusto se trabaja y mejor es el ambiente en armonía.

7. ¿Cree que cuenta con los recursos materiales y económicos para desarrollar un buen trabajo?

La verdad no contamos con los recursos suficientes, ya que poseemos lo necesario para poder realizar bien nuestro trabajo, pero lo ideal sería contar con mejores condiciones, ya sea material o económicamente; no obstante con los materiales que se tienen se realiza el trabajo de la mejor manera posible.

8. ¿Si hay algún equipo o material que necesiten para mejorar sus labores?, ¿Cuáles serían?

Entre las prioridades inmediatas están: una cámara de vídeo, grabadora de mano, un equipo de sonido propio para la Unidad de comunicaciones, mobiliario, así como también, es necesario contar con más computadoras, porque lo ideal es que cada uno del personal cuente con su propio equipo y material de trabajo que se ocupa diariamente.

9. ¿Qué procedimientos utilizan para la relación directa con el personal y con los usuarios de la institución; a fin de mantener un ambiente comunicacional optimo a nivel interno y externo?

Con lo que respecta a los empleados del nosocomio, la Unidad de Comunicaciones es la encargada de la organización de toda clase de eventos que tengan que ver con celebraciones (día de la enfermera, del médico y toda la diversidad de profesiones necesarias para la institución); así mismo, se apoya directamente a todos los departamentos del hospital, quienes en ocasiones solicitan de la colaboración de la Unidad para la

coordinación o asesoramiento en el desarrollo de eventos que son importantes para los departamentos del hospital, sean estas médicas o administrativas.

Así también, las labores de atención al paciente que se realizan bajo la coordinación de la Unidad de Comunicaciones, actividades de gran importancia como la relación directa con el paciente, a quienes se les da un trato personalizado, cordial y de respeto, a fin de garantizarles confidencialidad, calidad de atención, y por ende para evitar demandas en la mayor medida posible, siendo estas las principales amenazas para la imagen de la Institución.

10. Cuentan con algún medio de comunicación para darse a conocer e informar de los servicios que ofrecen:

Sí, claro que sí, contamos con la radio, la prensa escrita y la televisión

11. Considera usted importante la comunicación para una institución como el Hospital Central ¿porque?

Son muy importantes porque han servido como balance que toda organización requiere para mantener un ambiente armonioso, ya que, la Unidad de Comunicaciones es la que ve todo en forma general, que sirve como mediadora para que las cosas circulen de la mejor manera y no para conveniencia individual, si no que todo en su conjunto; pero guardando siempre las imagen Institucional, ya que, esta Unidad se creó principalmente para proyectar una buena imagen ante la sociedad.

En ese sentido, las unidades de comunicaciones no solo son importantes para instituciones como el hospital, sino que para toda institución u organización, ya que lo primordial o la solución de todo conflicto es el entendimiento a través del diálogo, siendo esta una de las funciones básicas de dicha Unidad, ya que cuando no existe la comunicación o hay alguna barrera que rompa el lazo de entendimiento, es cuando se rompe el vínculo que pueda existir.

Es bien importante para que todo pueda desarrollarse de la mejor manera, y así, mantener a las personas motivadas, dar la información adecuada, el contacto con los medios de comunicación y un ambiente armonioso, dan lugar a elevar la calidad de la imagen del Hospital, pero sobre todo para canalizar la buena comunicación o información adecuada.

12. ¿Por qué considera usted importante la buena comunicación con los pacientes y con el personal que labora?

Son muy importantes porque han servido como balance que toda organización requiere para poder mantener un ambiente armonioso, ya que la unidad de comunicaciones es la que observa todo en general y sirve como mediador para que las cosas circulen de la mejor manera posible.

El comunicarnos es lo más importante entre nosotros para proporcionar una excelente atención a los que nos lo soliciten, ya que, de nosotros depende la vida de las personas y de esa manera mantener relaciones cordiales con todo el personal que labora.

13. ¿Cuál ha sido el mayor logro a nivel Institucional?

El principal logro es estar dentro del Staff como antecesora, porque desde ahí se comienza lo que se quiere hacer, ya que de esta manera, es como se pueden lograr muchos objetivos como unidad de comunicaciones, dado que esta a nivel de la Gerencia. Así mismo, es muy valioso que en el hospital vea a la unidad como lo que verdaderamente somos.

14. ¿Cuáles son los objetivos de la unidad de comunicaciones?

Tratar de que los usuarios comiencen a darle un poca más de credibilidad al hospital.

Sabemos que la institución paso por una mala administración, entonces venir cargando con esa situación está costando mucho desligarse de los hechos, por lo tanto, se esta tratando de mostrar una faceta diferente, para que las personas tanto pacientes como el personal vuelva a creer en nuestra institución.

El reto nuestro como unidad de comunicaciones es definitivamente tratar de que la gente tenga otro semblante del hospital, también poder sacar una revista en donde se den a conocer los servicios que se ofrecen, nuestros objetivos, planes a futuro.

15. ¿Qué tanto han logrado cumplir con los objetivos de la unidad?

No podemos negar que se ha avanzado un poco, el hecho de que los pacientes ya se están acercando a solicitar nuestros servicios médicos es porque nos están aceptando y creyendo en nuestra capacidad de servicio, es porque nuestra información esta llegando a las personas y la confianza poco a poco llegara a los usuarios. En cuanto a la revista se esta siendo bien difícil no contamos con el presupuesto, entonces tendremos que esperar un poco más para poder obtenerla. No contamos con el apoyo de la gerencia por el momento.

16. ¿Quién distribuye las tareas al personal?

Lo distribuyo yo, pues dependiendo si hay algún acontecimiento en agenda se manda a cubrir, mientras yo hago la ronda en todo el hospital para ver de si hay pacientes nuevos o de algún comunicado que se tenga que hacer, la otra colaboradora se queda en la oficina sacando alguna información que se tenga que dar.

17. ¿Cuenta con algún boletín, comunicado, brochur para poder informar a los empleados y a los pacientes?

Desde nuestros inicios elaboramos un brochur donde se muestra la información del hospital, de todos los servicios que ofrece para los pacientes como las diferentes especialidades hospitalarias, emergencias las 24 horas, servicio de apoyo como laboratorio clínico, terapia respiratoria, rayos x, ecocardiogramas, TAC computarizado y muchos servicios más.

18. ¿Cuál es su horario de trabajo?

Mi horario de trabajo es de ocho de la mañana ha seis de la tarde, pero realmente uno tiene hora de entrada pero no de salida, ya que, mucha veces me he tenido que retirar mucho más tarde, por ejemplo, cuando hay reuniones entre los socios, si hay algún evento

que hay que cubrir, o si algún paciente ha fallecido, es por eso que no hay una hora exacta de salida.

19. ¿Cuál es su rutina al llegar al hospital?

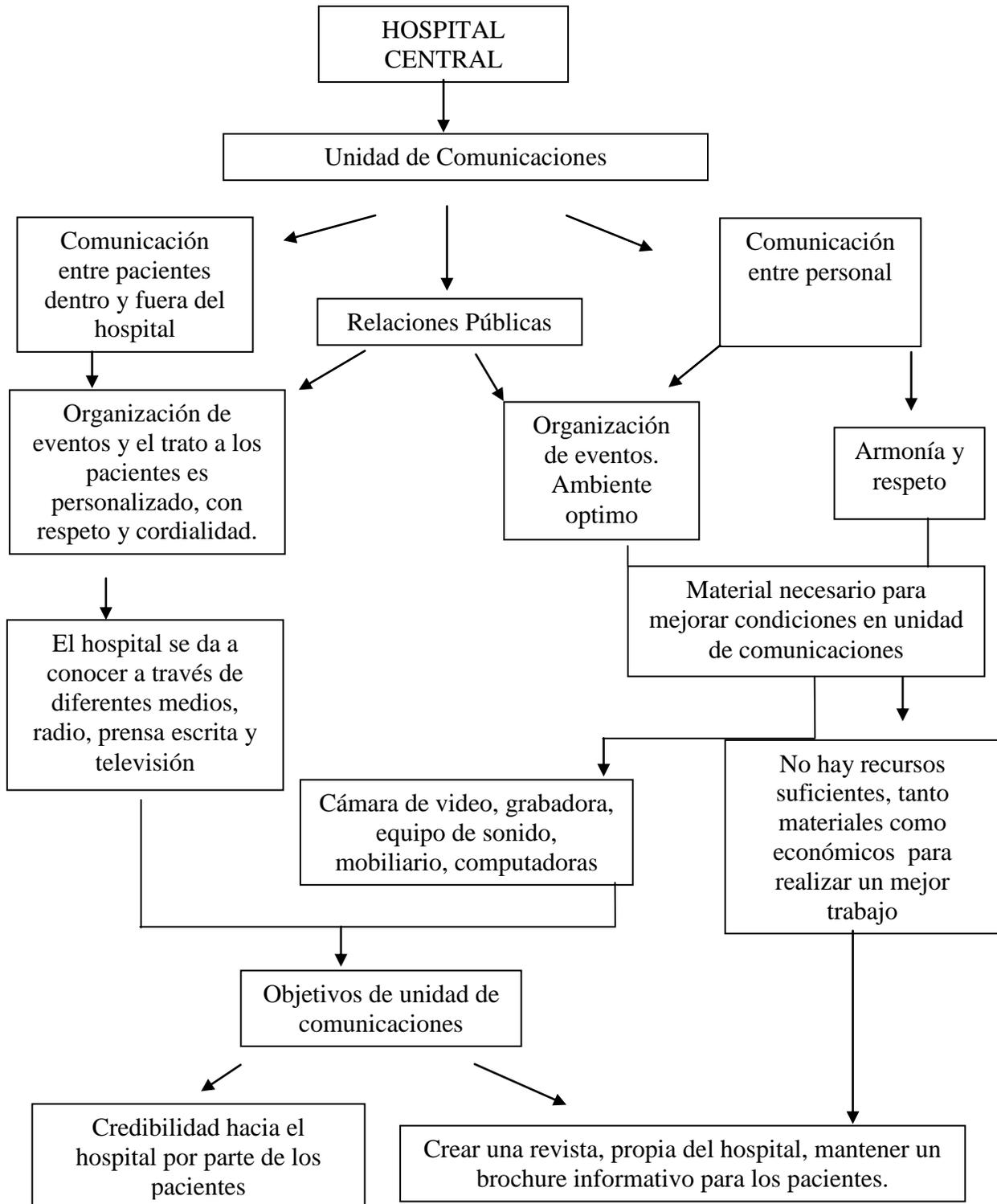
Primero reviso si hay algún evento pendiente para terminar de prepararlo, ya que, desde un día antes procuramos dejar todo listo, luego si hay nuevos pacientes para mantenerlos informados de todo, siempre hago un recorrido por todo el Hospital. Todos los días a las 9 de la mañana tenemos reunión con gerencia y directivos del hospital.

Análisis del entendimiento o no de las preguntas por parte de la persona entrevistada.

Por la forma fluida y coherente en que se contestó el presente instrumento de investigación, se puede afirmar que esta ha sido bien elaborada, de tal manera que la persona entrevistada ha entendido de forma adecuada cada una de las interrogantes, y las respuestas han sido bien aplicadas y han llenado las expectativas esperadas. Es así que se considera no realizarle modificaciones, ya que es fácil de entender todos los aspectos que abordo con sus respuestas.

El resultado ha sido así, porque se pensó desde un inicio en la elaboración de un diagnóstico lo más completo posible, con el propósito de demostrar a los posibles lectores de esta información, cuál es la manera de hacer comunicación en la Unidad de Comunicaciones del Hospital Central.

Licda. Miriam Estela de Olivo (esquema)
Unidad de Comunicaciones del Hospital Central



ACTORES CLAVES	RELACIONES DE JERARQUÍA	ESPACIO FISICO	MEDIOS O SOPORTES DE COMUNICACIÓN	ESPACIOS FISICOS DE COMUNICACIÓN
<p>*La Lic. Miriam de Olivo jefa de comunicaciones desde hace 17 años se encarga de distribuir el trabajo al personal, realiza relaciones públicas con los médicos, los pacientes, es la vocera ante los medios de comunicación.</p>	<p>*Existe una relación de confianza entre la jefa y los colaboradores, hace respetar la jefatura cuando se corrige errores y aplicar sanciones administrativas. *Existe buen ambiente de trabajo con todo el personal del hospital.</p>	<p>*Iluminación artificial y natural. *Accesibilidad *La oficina es poco pequeña y solo son 3 personas, el mobiliario un poco amontonado. *A pesar de un ventanal no es suficiente la ventilación, cuentan con un ventilador *Cuentan con 1 baño, productos de higiene. *Cuentan con un oasis de agua caliente y fría. *En la cocina se les proporciona su alimentación si ellos quieren.</p>	<p>2 computadoras una con acceso a Internet, 2 impresoras, 1 grabadoras, 1 cámara fotográfica, 3escritorios, 1 fotocopiadora, 1 TV, 1 radio grabadora, 1 máquina de escribir eléctrica, 1archivero y papelería en general.</p>	<p>*Rotulo de madera en la entrada identificando la oficina. *Cuentan con un pizarrón en el cual se brinda la pauta.</p>

Licda. Elizabeth Cruz Guadrón
Gerente General del Hospital

1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando para el hospital central?

13 años

2. ¿Con relación a lo que compete a la comunicación institucional, cuáles son las tareas que usted realiza?

Proporcionar a todos los empleados la información necesaria en las diferentes funciones y cargos de la empresa.

3. ¿Qué tanto conocen los empleados la empresa donde trabajan?

Mucho

4. ¿Cuentan con personal suficiente para cumplir con las labores?

Sí.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen los empleados sobre la inducción que tuvieron cuando ingresaron al Hospital? Deficiente

6. ¿Cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo? Estable

7. ¿Cree que cuenta con los recursos materiales y económicos para desarrollar un buen trabajo? Sí.

8. ¿Si hay algún equipo o material que necesiten para mejorar sus labores?, ¿Cuáles serían? Modernización del equipo de cómputo.

9. ¿Qué procedimientos utilizan para la relación directa con el personal y con los usuarios de la institución; a fin de mantener un ambiente comunicacional optimo a nivel interno y externo? Memorando y correos electrónicos.

10. Cuentan con algún medio de comunicación para darse a conocer e informar de los servicios que ofrecen: Si, publicom, pagina Web, Facebook.

11. Considera usted importante la comunicación para una institución como el Hospital Central ¿porque? Sí. Para evitar malos entendidos a la hora de establecer funciones y responsabilidades.

12. ¿Por qué considera usted importante la buena comunicación con los pacientes y con el personal que labora? Para brindar el mejor servicio a los pacientes y que ellos se sientan atendidos y complacidos con los servicios.

13. ¿Cuál ha sido el mayor logro a nivel Institucional?

Adquisición de equipo hospitalario moderno

14. ¿Cuáles son los objetivos que tiene como gerente del hospital?

Lograr la excelencia al proporcionar nuestros servicios a todos nuestros clientes.

15. ¿Qué tanto han logrado cumplir con sus objetivos?

En un 90% por lo que se sigue implementando medidas y corrigiendo errores para alcanzar el 100%.

16. ¿Quién distribuye las tareas al personal?

Cada Jefe de área.

17. ¿Cuenta con algún boletín, comunicado, brochure para poder informar a los empleados y a los pacientes? Si brochure y hoja de información sobre el hospital que se le proporciona al paciente a la hora del ingreso.

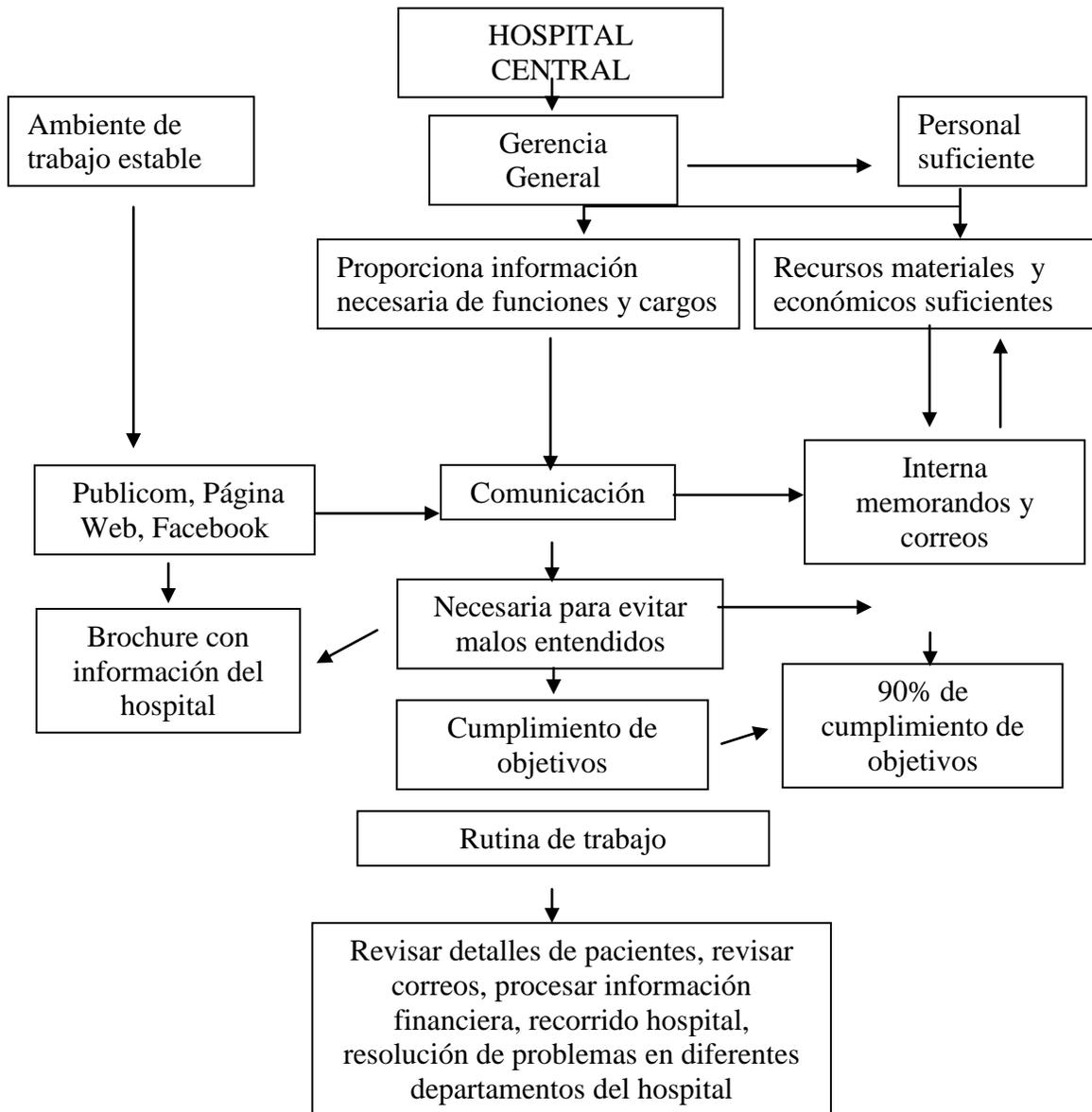
18. ¿Cuál es su horario de trabajo? Lunes a viernes 8:00 a 12:00md; 1:00 a 5:00pm y sábados de 8:00 a 12:00

19. ¿Cuál es su rutina al llegar al hospital?

1. Revisar detalles de censos de pacientes para verificar ingresos y altas de los mismos.
2. Revisar correos electrónicos
3. Procesar información financiera
4. Revisar reportes de todos los departamentos
5. Reuniones de personal
6. Recorrido por las instalaciones del hospital
7. Resolución de problemas en los diferentes departamentos.

Licda. Elizabeth Cruz Guadrón (esquema)

Gerente General del Hospital



ACTORES CLAVES	RELACIONES DE JERARQUÍA	ESPACIO FÍSICO DE LA GERENCIA.	MEDIOS O SOPORTES DE COMUNICACIÓN	ESPACIOS FÍSICOS DE COMUNICACIÓN
<p>* Licda. Elizabeth Cruz Guadrón, Gerente General, tiene 13 años de laborar en el Hospital.</p>	<p>*Existe buen ambiente de trabajo con todo el personal del hospital. *Cuenta por personal suficiente y mantiene una relación de armonía con cada uno de los empleados</p>	<p>*Iluminación artificial y natural. *Accesibilidad *Cuentan con 1 baño, productos de higiene. *Cuentan con un oasis de agua caliente y fría. *En la cocina se les proporciona su alimentación si ellos quieren.</p>	<p>*Memorandos, correos electrónicos Página Web, Facebook.</p>	<p>*Rotulo de madera en la entrada identificando la oficina. *Cuentan con un pizarrón en el cual se brinda detalle de actividades.</p>

Licda. Karen Elizabeth Montoya
Jefa Farmacia Hospital Central

1. ¿Cuánto tiempo tiene trabajando para el hospital central?

R/ Siete años

2. ¿Con relación a lo que compete a la comunicación institucional, cuáles son las tareas que usted realiza?

R/ Verificar existencias de medicamentos e insumos médicos para las respectivas compras.

Llevar al día el libro de Estupefacientes y Psicotrópicos, tanto en la salida como existencias.

Descargo de en lavase de datos de material y medicamentos, cada día.

3. ¿Qué tanto conocen los empleados la empresa donde trabajan?

R/ Muy bien, casi a todos de las diferentes aéreas.

4. ¿Cuentan con personal suficiente para cumplir con las labores?

R/ Definitivamente no.

5. ¿Qué percepción cree usted que tienen los empleados sobre la inducción que tuvieron cuando ingresaron al Hospital?

R/ En el área hospitalaria se tiene que actuar con responsabilidad y profesionalismo, ya que son vidas humanas las que dependen de nuestro desempeño como profesional en el área de la salud.

6. ¿Cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo?

R/ Con normalidad, con dedicación al desempeño de su trabajo.

7. **¿Cree que cuenta con los recursos materiales y económicos para desarrollar un buen trabajo?** No, se necesita más personal para poder lograr todos nuestros objetivos.

8. **¿Si hay algún equipo o material que necesiten para mejorar sus labores?, ¿Cuáles serían?.**

R/ Mayor personal en todas las áreas de trabajo, equipo de laboratorio clínico, medicamentos e insumos médicos.

9. **¿Qué procedimientos utilizan para la relación directa con el personal y con los usuarios de la institución; a fin de mantener un ambiente comunicacional optimo a nivel interno y externo?**

R/ A nivel interno a través de correo electrónico, memorándum, comunicación directa con los jefes de cada departamento. A nivel externo a través del área de relaciones públicas, donde se les explica las dudas que tengan.

10. **Cuentan con algún medio de comunicación para darse a conocer e informar de los servicios que ofrecen:** R/ No completamente, estamos en internet pero no se actualiza la información, a veces por medio de el periódico pero se necesita mayor información para que el público conozca de nuestros servicios, si no se publica no nos damos a conocer.

11. **Considera usted importante la comunicación para una institución como el Hospital Central ¿porque?**

R/ Es muy importante la propaganda en los medios ya sea escrita, televisiva y de radio, para dar a conocer los servicios médicos –hospitalarios que brinda la institución con el público en general.

12. **¿Por qué considera usted importante la buena comunicación con los pacientes y con el personal que labora?¿Cuál ha sido el mayor logro a nivel Institucional?**

R/ La credibilidad y el profesionalismo que se ha logrado a través de los años que la institución se ha ganado a pulso con servicio que presta (MEDICO-HOSPITALARIO)

13. ¿Cuáles son los objetivos que tiene como jefe de farmacia del hospital?

R/ Garantizar una estabilidad laboral para con los empleados, equipar las áreas de sala de operaciones, unidad de cuidados intensivos UCI, capacitar al personal de enfermería en el manejo de pacientes de UCI, y tener mayor calidad de nuestros medicamentos, que la farmacia este completa.

14. ¿Qué tanto han logrado cumplir con sus objetivos?

R/ Con un 70 %

15. ¿Quién distribuye las tareas al personal?

R/ Cada área tiene su jefatura y son ellos los que asignan las tareas a su personal. Y como jefa de farmacia las distribuyo yo.

16. ¿Cuenta con algún boletín, comunicado, brochur para poder informar a los empleados y a los pacientes?

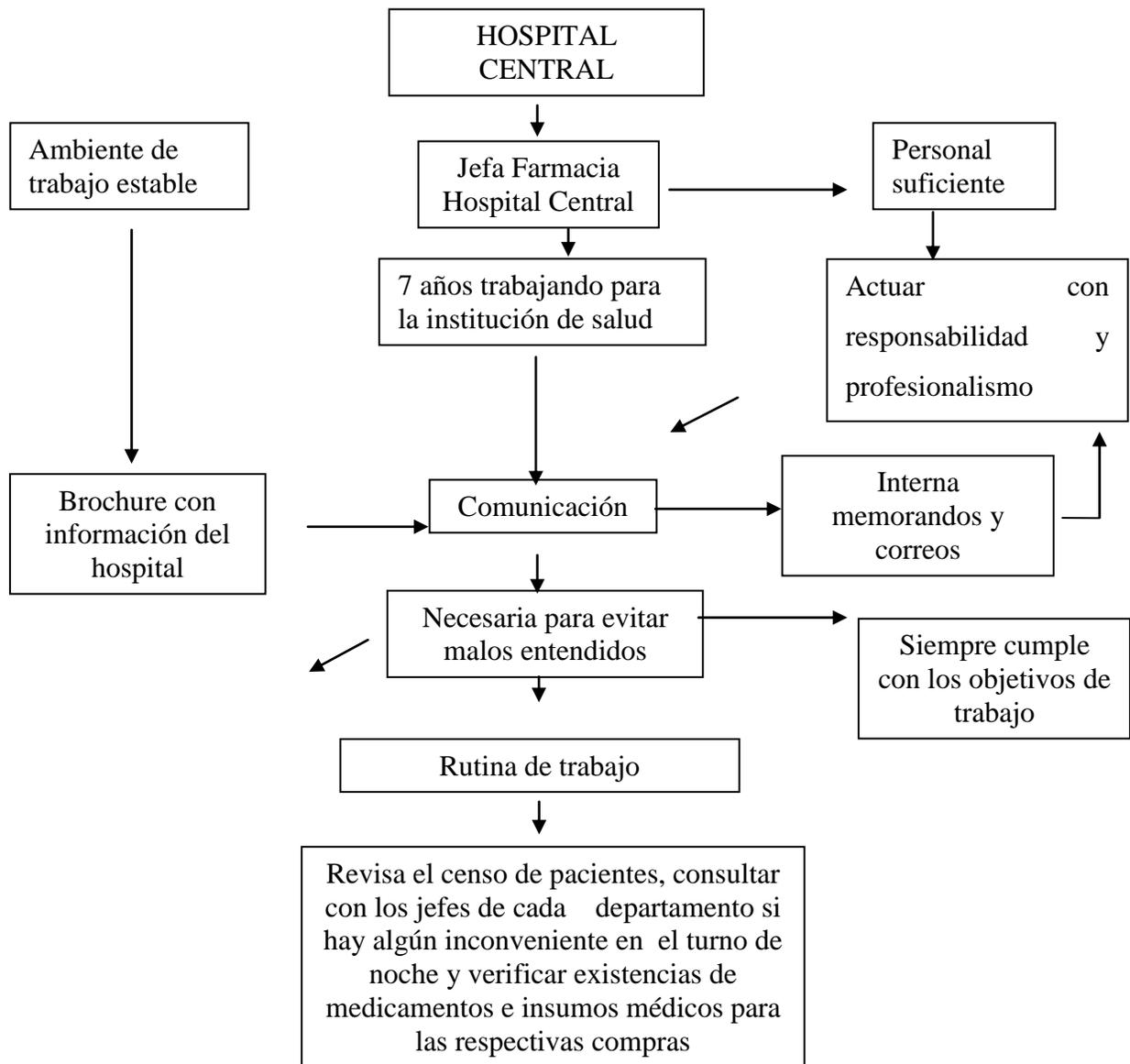
R/ Claro que sí, es una forma de mantener informados a los pacientes de los servicios médicos que presta el hospital.

18. ¿Cuál es su horario de trabajo?

R/ de 8 am – 5 pm

19. ¿Cuál es su rutina al llegar al hospital?

R/ Revisar el censo de pacientes, consultar con los jefes de cada departamento, si hay algún inconveniente en el turno de noche y verificar existencias de medicamentos e insumos médicos para las respectivas compras.



ACTORES CLAVES	RELACIONES DE JERARQUÍA	ESPACIO FÍSICO DE LA GERENCIA.	MEDIOS O SOPORTES DE COMUNICACIÓN	ESPACIOS FÍSICOS DE COMUNICACIÓN
<p>* Licda. Karen Elizabeth Montoya, Jefa de Farmacia, 7 años laborando para el hospital.</p>	<p>*Existe buen ambiente de trabajo con todo el personal del hospital. *Cuenta por personal suficiente y mantiene una relación de armonía con cada uno de los empleados</p>	<p>*Iluminación artificial y natural. *Accesibilidad *Cuentan con 1 baño, productos de higiene.</p>	<p>*Memorandos, correos electrónicos Página Web, Facebook.</p>	<p>*Rotulo de madera en la entrada identificando la oficina. *Cuentan con un pizarrón en el cual se brinda detalle de actividades.</p>

**GUIA DE OBSERVACIÓN EQUIPO
TECNOLÓGICO HOSPITAL CENTRAL**

OBSERVACIÓN DE EQUIPO TECNOLÓGICO DEL HOSPITAL CENTRAL

Objetivo: Observar la cantidad y utilidad que se le da al equipo tecnológico con que cuenta la Unidad de Comunicaciones del Hospital

Observador:

Lugar: _____ **Fecha:** _____

Variables a observar

Número de equipo:

Población que utiliza la unidad de comunicaciones

Utilidad de la Unidad:

Actividades comunicativas que se realizan en el hospital:

GUIA DE OBSERVACIÓN EQUIPO TECNOLÓGICO HOSPITAL CENTRAL

OBSERVACIÓN DE EQUIPO TECNOLÓGICO DEL HOSPITAL CENTRAL

Objetivo: Observar la cantidad y utilidad que se le da al equipo tecnológico con que cuenta la Unidad de Comunicaciones del Hospital

Observador:

Lugar: Unidad de comunicaciones Hospital Central

Fecha: 27 de abril de 2011

Variables a observar

Número de equipo: 2 computadoras una con acceso a Internet, 2 impresoras, 1 grabadoras, 1 cámara fotográfica, 3 escritorios, fotocopiadora, 1 TV, 1 radio grabadora, 1 máquina de escribir eléctrica, 1 archivero y papelería en general.

Población que utiliza la unidad de comunicaciones:

Utilidad de la Unidad: Para fines comunicacionales de actividades médicas tanto dentro y fuera del hospital

Actividades comunicativas que se realizan en el hospital: Creación de Brochure, envío de correos electrónicos, actualizar periódico mural.

Cuadro resumen de las entrevistas

Cargo y Nombre	Encargada Unidad de Comunicaciones Miriam Estela de Olivo	Gerente Elizabeth Cruz Guadrón	Jefa de Farmacia Karen Elizabeth Montoya
Conocimiento de la Unidad de Comunicaciones de Hospital	Si	Si	Si
Nivel de estudio	Universitaria Licenciatura	Universitaria Licenciatura	Universitaria Licenciatura
Evaluación de Comunicación Interna	Buena	Buena	Buena
Evaluación de la Comunicación Externa	Buena	Buena	Buena
Rutina de Trabajo	Revisa eventos pendientes Revisa correos electrónicos	Revisa detalles de censos Revisar correos electrónicos Revisa reportes de los departamentos.	Revisa censo de pacientes con jefe de cada unidad