

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



## TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE PROMUEVA EL ADECUADO DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL HOSPITAL UTPL DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL AÑO 2021”

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LA TECNOLOGÍA SUPERIOR EN GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

### **AUTOR**

Obaco Chamba Jaime Miguel

### **DIRECTORA**

Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo

Loja, Octubre 2021

## 1. CERTIFICACIÓN

Ing.

Karina Alexandra Castillo Castillo

**DIRECTORA DE INVESTIGACIÓN**

### **CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado, TEMA; Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021 el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, octubre 2021



f. \_\_\_\_\_

**Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo**

**1104858616**

## 2. DECLARACIÓN JURAMENTADA

Loja, octubre de 2021

**Nombres:** Jaime Miguel

**Apellidos:** Obaco Chamba

**Cédula de Identidad:** 1104656184

**Carrera:** Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano

**Semestre de ejecución del proceso de titulación:** abril – septiembre 2021

**Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:**

Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021.

En calidad de estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentado no atenta contra derechos de terceros.
4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentado anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas,

fotografías y demás son de mi autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumo frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, me hago responsable frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente me comprometo a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.



.....  
Jaime Miguel Obaco Chamba

C.I.: 1104656184



### **3. DEDICATORIA**

El presente trabajo dedico primeramente a Dios por darme esta oportunidad en mi formación profesional, seguidamente a mi esposa María Gabriela Quichimbo Córdova, a mis padres Miguel Ángel Obaco Obaco fallecido y a mi madre Rosa Elena Chamba Soto, que siempre fueron el bastón e impulso de mi preparación.

Gracias a su bendición y motivación diaria a lo largo de mi carrera y mi vida me han protegido y llevado por el camino del bien, llegando a cumplir esta meta tan anhelada.

#### **4. AGRADECIMIENTO**

Mi agradecimiento sincero al Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la provincia de Loja, modalidad presencial sección diurna, por haberme permitido ingresar a sus aulas y poder formarme en el día a día.

A sus distinguidas autoridades y cuerpo docente de la carrera de Gestión de Talento Humano.

Un agradecimiento especial a la Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo, quien de manera desinteresada me apoyo y asesoró con sus conocimientos en el desarrollo del proyecto de titulación.

Finalmente quiero agradecer al Hospital UTPL, por abrirme las puertas brindándome todos los recursos y herramientas necesarias para poder llevar a cabo el presente proyecto de titulación.

## 5. ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos del proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - Por sus propios derechos; la Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera; y, Jaime Miguel Obaco Chamba, en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayor de edad emite la presente acta de cesión de derechos.

SEGUNDA. - Jaime Miguel Obaco Chamba, realizó la Investigación titulada: Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021, para optar por el título de Tecnólogo en la Tecnología Superior en Gestión del Talento Humano en el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja, bajo la dirección de la Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo.

TERCERA. - Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

CUARTA. - Los comparecientes Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo., en calidad de Directora del proyecto de investigación de fin de carrera y Jaime Miguel Obaco Chamba, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado: Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021 a favor del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

QUINTA. - Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de octubre del año 2021.



Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo  
**DIRECTORA**  
C.I.:1104858616



Jaime Miguel Obaco Chamba  
**AUTOR**  
C.I.: 1104656184

## ÍNDICE

1. CERTIFICACIÓN .....	II
2. DECLARACIÓN JURAMENTADA .....	III
3. DEDICATORIA .....	V
4. AGRADECIMIENTO .....	VI
5. ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS .....	VII
6. ÍNDICE DE FIGURAS .....	XII
7. ÍNDICE DE TABLAS.....	XIII
1 RESUMEN .....	14
2 ABSTRACT.....	15
3 PROBLEMATIZACIÓN.....	16
4 TEMA.....	18
5 JUSTIFICACIÓN .....	19
6 OBJETIVOS .....	20
6.1 OBJETIVO GENERAL.....	20
6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	20
7 MARCO TEÓRICO .....	21
7.1 MARCO INSTITUCIONAL.....	21
Reseña Histórica.....	21
Misión.....	22
Visión.....	22
Valores Institucionales .....	22
Objetivos.....	24
Servicios.....	24
7.2 MARCO CONCEPTUAL.....	25

Área de Talento Humano.....	25
La comunicación interna.....	25
Beneficios de la Comunicación Interna .....	26
Tipos de Comunicación Interna.....	26
Herramientas de la Comunicación Interna .....	27
Breve checklist de Comunicación Interna.....	28
Canales informales de Comunicación Interna.....	29
Medios de comunicación interna.....	30
La Comunicación Interna en empresas privadas.....	31
8 METODOLOGÍA .....	32
8.1 TIPOS DE MÉTODOS.....	32
Métodos.....	32
Método fenomenológico.....	32
Método hermenéutico .....	33
Método práctico proyectual .....	34
8.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	35
8.2.1 TIPOS DE TÉCNICAS.....	35
Encuestas.....	35
Entrevista.....	35
8.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.....	37
9 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	38
9.1 OBSERVACIÓN DIRECTA.....	38
9.2 ENTREVISTA.....	39
9.2.1 Entrevistados.....	39
9.3 ENCUESTA .....	44
10 PROPUESTA DE ACCIÓN .....	58
10. Introducción .....	1
11. Objetivo del manual .....	2
12. Glosario.....	3
13. Propuesta.....	7

<i>13.1 Puesta en marcha del plan de acción.....</i>	<i>11</i>
14. Conclusiones .....	18
8. Recomendaciones.....	19
9. Bibliografía.....	20
<i>10.5 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN .....</i>	<i>62</i>
<i>10.6 MATERIAL VISUAL UTILIZADO .....</i>	<i>63</i>
<i>10.7 ENTREGA DE RESULTADOS.....</i>	<i>69</i>
11. CONCLUSIONES.....	70
12. RECOMENDACIONES.....	71
13. BIBLIOGRAFÍA.....	72
14. ANEXOS .....	76
<i>14.5 PRESUPUESTO .....</i>	<i>76</i>
<i>14.2 CRONOGRAMA.....</i>	<i>78</i>
<i>14.3 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO.....</i>	<i>79</i>
<i>14.4 CERTIFICADO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO .....</i>	<i>80</i>
<i>14.5 CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO .....</i>	<i>81</i>
<i>14.6 ENCUESTA APLICADA.....</i>	<i>82</i>
<i>14.7 ENTREVISTA APLICADA .....</i>	<i>86</i>
<i>14.8 PLAN DE SOCIALIZACIÓN.....</i>	<i>87</i>
<i>14.9 CERTIFICADO DE ABSTRACT .....</i>	<i>88</i>
<i>14.10 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO.....</i>	<i>89</i>

## 6. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama institucional .....	23
Figura 2: Material de socialización.....	63
Figura 3: Material de socialización.....	63
Figura 4: Material de socialización.....	64
Figura 5: Material de socialización.....	64
Figura 6: Material de socialización.....	65
Figura 7: Material de socialización.....	65
Figura 8: Material de socialización.....	66
Figura 9: Material de socialización.....	66
Figura 10: Material de socialización.....	67
Figura 11: Material de socialización.....	67
Figura 12: Material de socialización.....	68
Figura 13: Evidencia fotográfica .....	89
Figura 14: Evidencia fotográfica .....	89
Figura 15: Evidencia fotográfica .....	90
Figura 16: Evidencia fotográfica .....	90
Figura 17: Evidencia fotográfica .....	91
Figura 18: Evidencia fotográfica .....	91
Figura 19: Encuesta a dra. Angie Merino.....	92
Figura 20: Encuesta a dra. Yadira Gavilanes. ....	92
Figura 21: Encuesta a colaboradora Deysi Jadan. ....	93
Figura 22: Encuesta a colaborador Jorge Torres. ....	93
Figura 23: Encuesta a colaborador Viviana Luzuriaga. ....	94
Figura 24: Encuesta a colaborador Cristian Herrera.....	94
Figura 25: Entrevista a ing. Gina Briceño.....	95
Figura 26: Entrevista a ing. Jorge Torres.....	95
Figura 27: Entrevista a ing. Gabriela Valarezo .....	96
Figura 28: Evidencia fotográfica .....	97
Figura 29: Evidencia fotográfica .....	97
Figura 30: Evidencia fotográfica .....	98
Figura 31: Evidencia fotográfica .....	98



## 7. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Diferentes metodologías .....	33
Tabla 2: Personal de planta hospital utpl.....	37
Tabla 3: Resultado de la entrevista .....	40
Tabla 4: Resultado de la entrevista .....	41
Tabla 5: Resultado de la entrevista .....	42
Tabla 6: Actividades que se ejecutan en el hospital utpl.....	44
Tabla 7: Canales de comunicación que existen en la organización. ....	45
Tabla 8: Canales de comunicación más utilizados entre compañeros. ....	47
Tabla 9: Frecuencia con la que se revisan los comunicados internos.....	48
Tabla 10: Comunicados efectivos y claros.....	49
Tabla 11: Comparación del año anterior, de la comunicación interna.....	51
Tabla 12: Comunicación entre compañeros. ....	52
Tabla 13: Envío de comunicados por el jefe inmediato.....	53
Tabla 14: Comunicación interna de trabajo, en las diferentes áreas.....	55
Tabla 15: Comunicación con los altos directivos.....	56
Tabla 16: Presupuesto general.....	77
Tabla 17: Cronograma a seguir durante el proceso de titulación. ....	78
Tabla 18: Plan de capacitación.....	87

## 1 RESUMEN

La comunicación interna en la actualidad se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de las empresas, siendo importante que los públicos internos se sientan parte de la organización para juntos alcanzar los objetivos personales, profesionales y empresariales. En virtud de este antecedente, el presente trabajo pretende solventar algunas debilidades observadas en la gestión de comunicación interna del Hospital UTPL de la ciudad de Loja, a fin de mejorar los canales y flujos de comunicación existentes.

Frente a estas circunstancias, se propuso el desarrollo de un plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021, propuesta que tuvo como principal objetivo la elaboración una propuesta de buenas prácticas a partir del estudio de comunicación interna a fin de mejorar la conexión entre las áreas administrativo, médico y operativo de la organización.

Con base a esta determinación, el presente trabajo muestra el proceso diseñado para el efecto. En primer lugar, una recolección de información a modo de diagnóstico, a través de diferentes métodos fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, y con el uso de técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas, que permitieron observar las debilidades y oportunidades para desarrollar la propuesta. Seguidamente, se diseñaron un conjunto de acciones, en la propuesta de buenas prácticas, las que responden a las necesidades comunicativas y de uso correcto de los flujos de comunicación que se necesitan para lograr una comunicación interna eficiente y eficaz. Se destaca el uso de la tecnología como un elemento primordial, haciendo uso de lo que la institución posee como, por ejemplo, la herramienta Teams, que permite una serie de acciones que ayudan perfectamente con el fin de este trabajo.

Finalmente, se recomienda al Hospital UTPL revisar el presente manual de comunicación interna, en donde constan varias actividades que servirán para reforzar la comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos.

## 2 ABSTRACT

Nowadays, internal communication has become a fundamental pillar for the success of companies, being important that internal audiences feel part of the organization in order to achieve personal, professional and business objectives together. In view of this background, the present work aims to solve some weaknesses observed in the internal communication management of the UTPL Hospital in the city of Loja, in order to improve the existing communication channels and flows.

Due to these circumstances, it was proposed the development of an internal communication plan that promotes the adequate performance of the collaborators of the UTPL hospital in the city of Loja in the year 2021, a proposal that had as main objective the elaboration of a proposal of good practices based on the study of internal communication in order to improve the connection between the administrative, medical and operational areas of the organization.

Based on this determination, the present work shows the process designed for this purpose. First of all, a diagnostic information gathering, through different methods such as, phenomenological, hermeneutical and practical design methods, and with the use of quantitative and qualitative research techniques, which allowed observing the weaknesses and opportunities to develop the proposal. Next, a set of actions were designed, in the proposal of good practices, which respond to the communication needs and the correct use of the communication flows needed to achieve an efficient and effective internal communication. The use of technology is highlighted as an essential element, making use of what the institution has such as, the teams tool, which allows a series of actions that help perfectly with the purpose of this work.

Finally, it is recommended that the UTPL Hospital check his internal communication manual, which contains several activities that will serve to strengthen communication between employees and immediate supervisors.

### 3 PROBLEMATIZACIÓN

Diversas investigaciones académicas dan fe de la importancia de la gestión de comunicación interna en hospitales, muestra de ello, es el trabajo realizado por March, J., Prieto, M.A. Danet, A. Pérez, O. Martínez, F. (2009), en donde hacen referencia a la presencia de los directivos hospitalarios y la comunicación interna, en hospitales de Andalucía, España. La investigación demuestra que hay tendencia a un mayor grado de satisfacción con la comunicación interna en los hospitales de 500 camas o menos que en los grandes. Ello puede explicarse por el hecho de que en los hospitales más pequeños es más fácil el contacto directo entre la dirección y los profesionales. (Abril Freire, 2017)

Lo propio ocurre con la propuesta realizada por Del Río Pérez, J., y Aguerreber, P. (2015), en donde se resalta que la profesional de la comunicación institucional se ha convertido en una iniciativa estratégica para aquellos hospitales que desean crear una marca sólida. Se complementa esta visión con la investigación desarrollada en Colombia, de la mano de Loaiza, A., Echeverry, C. (2017), investigación que demuestra que la importancia que le dan los miembros del personal a la "interacción amistosa" que se interpreta como una relación respetuosa y efectiva con sus compañeros de trabajo, lo que motiva una comunicación interna eficiente y efectiva. (Loaiza, Ríos, Moreno, Cárdenas, & Moreno, 2015)

En este contexto, la comunicación interna en centros hospitalarios no es un tema nuevo, ya ha sido observado a nivel mundial e investigado por académicos o alumnos de diversas ofertas universitarias. Una de ellas, la realizada por Ocas, L. (2019), concluye en que existe una relación directa significativa entre la comunicación interna y la calidad de servicio, según los resultados obtenidos de la investigación el Hospital Regional de Cajamarca, Perú. (Ocas Vigo, 2019)

En Ecuador, el tema también ha sido investigado a través de trabajos de pregrado. Según los resultados obtenidos en Google Académico, se resalta la investigación realizada por Carvajal, M. (2020), de la Universidad de Guayaquil, en donde se hace referencia al estudio de la comunicación interna como estrategia para mejorar la atención al cliente en el hospital Teodoro Maldonado Carbo. La

investigación resalta la metodología e instrumentos de investigación de campo desarrollados, el aporte se centra en el diseño de un plan de comunicación para el hospital, con una serie de acciones para cada departamento de la organización. Por su parte, Abril, M. (2017), indica que los factores que afectan la comunicación interna en el Personal de Consulta Externa del Hospital General Docente Ambato son el deficiente uso de medios de comunicación, desconocimiento de perfiles de cargos según niveles jerárquicos, descontrolados flujos de comunicación informal y escasa comunicación interna de la planificación institucional lo cual bloquea la eficiencia laboral. (Franco Loor, 2020)

Sin lugar a duda, esta última investigación invita a reflexionar sobre la importancia de trabajar en propuestas que mejoren los sistemas de comunicación interna de los hospitales, en este marco, y considerando las dinámicas de trabajo que existen en estas instituciones, ligadas a temas de estrés, falta de tiempo, responsabilidad por la vida, es relevante trabajar una investigación que aporte en el fortalecimiento de los canales y herramientas de comunicación del objeto de estudio, que en este caso es el Hospital UTPL. Así mismo, con el objetivo de determinar el problema de la investigación, se acudió a búsquedas en Internet, que permitan obtener información sobre otras investigaciones, realizadas sobre el mismo tema en el Hospital UTPL. Los resultados indican que no hay investigaciones precisas sobre la comunicación interna. Se observa planes de Marketing y de Relaciones. (Martín, 2013)

Los riesgos psicosociales y en particular el estrés que se da en los centros hospitalarios se ha convertido en uno de los principales problemas para la salud y la seguridad laboral de sus colaboradores, así lo determina Aguajo, J. y otros (2013), esta condición motiva, a realizar una investigación que permita observar las condiciones en las que la comunicación interna se da en el Hospital UTPL; en virtud de esto, la presente investigación determina en primer lugar la importancia de la comunicación interna.

#### **4 TEMA**

Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021.

## 5 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación pretende generar a partir de un diagnóstico inicial, una serie de actividades que fortalezcan la comunicación interna del HUTPL, en función de las necesidades de la organización. Así mismo como Gestor de Talento Humano aportaría al HUTPL con un nuevo empowerment para que los colaboradores se sientan más responsables y sean ellos los que den solución a los diferentes conflictos que se presentan en el día a día y que afectan directamente al cliente externo. (Business, 2015)

Desde el ámbito académico se realizara el presente proyecto acorde a las normas emitidas por la Ley Orgánica de Educación Superior y el Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, lo cual menciona que para la obtención del título profesional de Tecnólogo Superior en Gestión de Talento Humano se deberá realizar un proyecto de investigación con la finalidad de dar a conocer los diferentes problemas que existe en la empresa que se realice la investigación, en la misma aplicaremos todos los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas durante la formación académica. (Cordero, 2020)

De la misma manera en el ámbito tecnológico se podrá verificar las diferentes costumbres comunicacionales que tiene el personal del Hospital UTPL, ya que hoy en día todos los colaboradores realizan sus actividades diarias por medio de los diferentes canales comunicativos, mediante lo cual identificaremos por medio de una encuesta si el personal cuenta con las herramientas tecnológicas necesarias para poder recibir la información en tiempo oportuno y puedan cumplir con todas sus actividades.

En el ámbito social como futuro profesional en Gestión de Talento Humano se podrá dar una sugerencia a los encargados del área de talento humano del Hospital UTPL, las diferentes necesidades que tienen los colaboradores, y así lograr que la presente investigación de comunicación interna tenga la apertura necesaria a fin de lograr una comunicación efectiva, estratégica y cercana y por ende que cree un sentido de pertenencia del personal con la organización.

## **6 OBJETIVOS**

### **6.1 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar una propuesta de buenas prácticas a partir del estudio de comunicación interna a fin de mejorar la conexión entre las áreas administrativo, médico y operativo de la organización del Hospital UTPL.

### **6.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

1. Revisar, las políticas administrativas del Hospital UTPL, para la gestión del talento humano, a través de la documentación como punto de partida para el desarrollo del plan de comunicación interna.
2. Diagnosticar los flujos y herramientas de comunicación que existen en el HUTPL, a través de diferentes plataformas digitales, recopilando información para identificar las diferentes formas de comunicación interna.
3. Proponer un plan de comunicación interna, con base a los datos del diagnóstico y con respuesta a las necesidades organizacionales, para crear un conjunto de acciones que permitan una comunicación efectiva de la institución y sus colaboradores.
4. Socializar la propuesta del plan de comunicación interna, a través de una herramienta tecnológica y presentación oral con la dirección de Talento Humano del HUTPL, para que de esta manera permita mejorar la comunicación dentro de la organización.



## **7 MARCO TEÓRICO**

### **7.1 MARCO INSTITUCIONAL**

#### Reseña Histórica

Hospital UTPL (2013) señala que “con el objeto de cuidar de la salud de las personas y generar espacios de docencia e investigación se crea el Hospital UTPL, y en marzo de 2006 arranca su construcción y el 3 de mayo de 2007 se inaugura compartiendo sus instalaciones con Solca Núcleo de Loja”. Hospital UTPL además nace con el objeto de que los estudiantes de la titulación de medicina de la Universidad Técnica Particular de Loja no sólo adquieran conocimientos teóricos sino también prácticos, contando así con su propia infraestructura que permitan generar la experiencia y profesionalismo del cuidado de la salud de la comunidad. En el mes de febrero de 2016 el área de consulta externa se traslada a las instalaciones ubicadas en la calle Paris y Zoilo Rodríguez, denominándose Centro de Especialidades Médicas. (UTPL, 2013).

En el 2017 arranca la construcción de las nuevas instalaciones de Hospital UTPL. Del 1 al 7 de agosto de 2019 se lleva a cabo el proceso de mudanza de todos los servicios de Hospital UTPL (Solca) hacia las nuevas instalaciones. Únicamente los servicios de odontología y Resonancia Magnética permanecen en las instalaciones de las calles París y Zoilo Rodríguez. Del 8 de agosto al 5 de septiembre arrancan las actividades de Hospital UTPL en su nueva infraestructura, funcionando a un 60% mientras se estabilizan todos sus procesos. El 6 de septiembre de 2019 se inauguran oficialmente las nuevas instalaciones de Hospital UTPL.

El Hospital UTPL se presenta a la comunidad Lojana como una organización sólida, moderna y con una complejidad resolutive que ha ido incrementando fruto del alto nivel tecnológico, sanitario, recursos humanos y de gestión, comprometido en mejorar la atención a sus pacientes y facilitar la labor en el proceso de asistencia sanitaria. La nueva infraestructura se encuentra dotada de 11 consultorios para la asistencia diaria de 400 pacientes. En el área de hospitalización cuenta con 16 camas, 2 habitaciones individuales y 7 habitaciones compartidas proporcionadas de la mejor tecnología en lo que ha seguridad hospitalaria se refiere. En la Unidad de Cuidados

Intensivos cuenta con 4 camas para UCI adultos, 5 para neonatos y 1 para UCI pediátrico. (UTPL, 2013)

### Misión

“Brindar de forma integral la mejor atención en salud a las personas, con calidad y tecnología científica, considerando que la salud tiene una dimensión biológica, psíquica y espiritual. Con un equipo humano comprometido y calificado con actitud de servicio y vocación docente, que contribuya al mejoramiento de las condiciones de salud de la población y a la generación y transmisión del conocimiento en el marco del humanismo cristiano“ (UTPL, 2013)

### Visión

Ser líder en calidad de servicios de salud, conocimiento, docencia, investigación y sostenibilidad. Ser modelo y motor en la atención de la salud de la comunidad por medio de servicios de salud accesibles, centrado en la persona, con respeto a su dignidad. (UTPL, 2013)

### Valores Institucionales

Eficiencia

Confianza

Responsabilidad

Respeto

Servicio

Profesionalidad

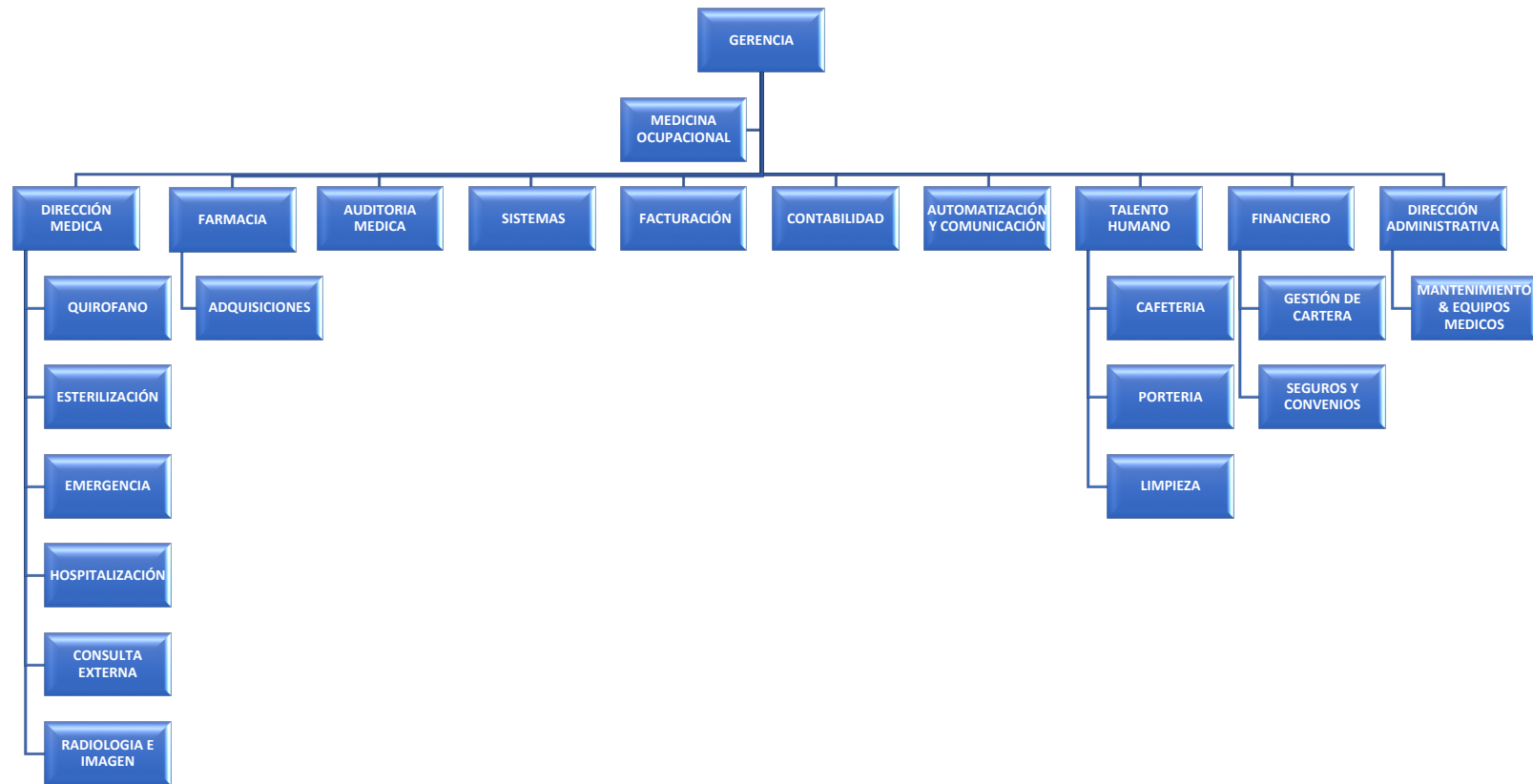
Ética

Compromiso

Dignidad

## Organigrama Institucional

Figura 1: Organigrama Institucional



Fuente: Recursos Humanos (HUTPL)

## Objetivos

Los pacientes son la razón de ser y existir del Hospital UTPL; su cuidado, el respeto de su vida y con ella de su dignidad es el principio fundamental y está por encima de todo derecho. Gracias a contar con la más elevada tecnología sin antes reconocer que lo que diferencia un hospital de otro no es su equipamiento sino la suma de competencias de sus talentos humanos para aplicar correctamente el conocimiento disponible y maximizar sus resultados, nos hemos propuesto cumplir los siguientes objetivos:

- Actuar con ética y credibilidad.
- Utilizar alta tecnología aplicada con criterios éticos
- Mantener espíritu de equipo, todos coherentes en su pensar, decir y obrar.
- Ser flexibles para la actualización, innovación y cambio.
- Participar en formación continua, investigación y formación técnica y humana.
- Orientar el servicio a beneficio de nuestros pacientes.
- Racionalizar procedimientos y costos
- Manejar unidades altamente especializadas y necesariamente integradas.
- Aportar responsabilidad social, ambiental y económica

## Servicios

Dentro de los servicios que ofrece el Hospital UTPL tenemos:

- |                        |                                      |
|------------------------|--------------------------------------|
| ➤ Urgencias 24 horas   | - Resonancia Magnética               |
| ➤ Área de diagnóstico: | ➤ Hospitalización                    |
| - Laboratorio Clínico  | ➤ Quirófano                          |
| - Electrocardiograma   | ➤ Centro de Medicina<br>Ocupacional  |
| - Audiometría          | ➤ Unidad de Tratamiento del<br>Dolor |
| - Espirometría         | ➤ Sala de partos                     |
| - Examen Optométrico   | ➤ Unidad de cuidados intensivos      |
| ➤ Imágenes:            |                                      |
| - Radiografía          |                                      |
| - Tomografía           |                                      |
| - Ecografía            |                                      |

(UTPL, 2013)

## 7.2 MARCO CONCEPTUAL

### Área de Talento Humano

Pérez (2016), menciona que “la Gestión de Talento Humano en las empresas ha cambiado drásticamente a lo largo de los años, anteriormente los departamentos de recursos humanos estaban enfocados en funciones exclusivas como contrataciones, nómina y beneficios” ahora las empresas comienzan a entender el impacto positivo de contar con un equipo de colaboradores calificados comprometidos e involucrados con las metas de la organización. (Alles, 2006) Hoy en día las organizaciones son conscientes de la importancia de contratar a personal, según el potencial y no solamente según la experiencia; para así proporcionar la formación adecuada y ejecutar programas para abordar el rendimiento y el desarrollo de sus habilidades. (Pérez, 2016).

### La comunicación interna

Conceptualizando a la comunicación interna, el autor Andrade (2005) señala que “la comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de distintos medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados”, la comunicación interna es un factor relevante para fomentar las buenas relaciones interpersonales en una organización. Lo definen María Luisa Muriel (2008) como “el sistema coordinador entre 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”. Esta es utilizada como instrumento de organización entre las autoridades y personal de la institución, logrando cumplir con sus metas de una manera organizada. Piñuel Raigada (1997)

Según el profesor Juan Mora (2003), señala que “la comunicación interna es tan necesaria como las finanzas porque sus fines son similares”. La comunicación interna es rentable porque aporta al cumplimiento de los objetivos económicos y sociales de las instituciones además colabora con los activos intangibles (marca, reputación e imagen interna) de gran valor en el mercado global (León, 2006)

## Beneficios de la Comunicación Interna

Uno de los beneficios de la comunicación interna es que desempeña un rol protagonista en la estrategia de las organizaciones, ya que impacta sobre la gestión diaria y en resultados de la institución, ayuda a mejorar el clima laboral reduciendo la conflictividad. Motiva a los empleados a mantener un compromiso con la dirección de la institución (Andrade, 2005). Los beneficios que aporta la comunicación interna, a una institución, son varios: influye de forma directa en el día a día y en los resultados finales ayudando a precisar los procesos internos, satisfacer las necesidades propias de la empresa y alcanzar sus objetivos. (Jimenez, 2002)

La comunicación interna beneficiará en la resolución de problemas de forma sencilla, ya que todos aportarán ideas y recursos para la solución de una situación conflictiva que se presentare en la institución. Tengamos presente que “comunicación interna es salud para toda empresa” (Tessi, 2012)

## Tipos de Comunicación Interna

Los tipos de comunicación interna dentro de una empresa se dividen en: Formal e Informal.

La comunicación formal se basa en datos específicos, es lenta ya que debe cumplir con normas para transmitir los mensajes de forma escrita que no dará ocasión a malas interpretaciones, estas son los memorándums, comunicados, folletos e informes (Marchiori, 2007). La comunicación informal, siempre está presente en una institución, es espontánea y sencilla por lo que no requiere de mucho tiempo para ser trasmitida, surge de las relaciones sociales que se desarrollan entre los miembros de la organización (Morales, 2012).

Gabriel Cortina (2020) describe a los tipos de comunicación interna como “direcciones de comunicación y estas pueden ser vertical y horizontal”. La comunicación vertical a su vez se subdivide en ascendente o descendente. La ascendente es la que se realiza desde abajo hacia arriba (director-trabajador) según el organigrama de la institución y la descendente la que tiene lugar desde arriba hacia

abajo, es decir con los subordinados, y la que se da entre sujetos del mismo nivel se llama horizontal. Lo esencial es mantener el diálogo entre el director y el personal de la institución. En relación a la dirección en que circulan los mensajes se debe considerar los tipos de comunicación favorables con el equipo de trabajo. Ya que el flujo de comunicación interna como su nombre lo dice, es por donde fluye la comunicación: ascendente, descendente, y horizontal. (Concha, 2020)

Comunicación ascendente. Esta hace referencia a los mensajes que circulan de abajo hacia arriba en la institución; estos son creados en la base y llegan a la máxima autoridad, permitiendo esto que los empleados puedan dar a conocer sus ideas y sugerencias y retroalimenta la comunicación descendente (Sierra, 2016)

Peter Drucker (2012) nos dice que "en la empresa basada en la información, los conocimientos están en la parte baja de la pirámide jerárquica", por lo que este tipo de comunicación es de fundamental importancia para el negocio.

Comunicación descendente. Es la más utilizada, es básica en las instituciones ya que surge desde los directivos de la empresa y desciende a los diferentes niveles jerárquicos y así poder transmitir a quienes va destinada la información. Es importante tomar en cuenta que esta comunicación vertical actualmente es un poco obsoleta ante las nuevas generaciones de trabajadores (Sierra, 2016)

Comunicación horizontal. Por su tipo de comunicación suele ser informal en su gran mayoría ya que ésta se da a través de relaciones de amistad y compañerismo, promoviendo la colaboración y el trabajo en equipo, naciendo en un mismo nivel jerárquico (Beltrán, 2016)

### Herramientas de la Comunicación Interna

Existen varios medios y canales para la comunicación interna, ya sean escritos, orales o tecnológicos. Elegir los canales que mejor se adapten a las necesidades de la empresa, su potencial económico o el volumen de personal a

gestionar, es un trabajo que debe hacerse con sentido y responsabilidad. Las herramientas se clasificarán de acuerdo al tipo de comunicación interna (Interna, s.f.). Estas herramientas están constituidas por: Manual de empleado, publicación institucional (revista, periódico o folleto interno), cartelera, circulares, reuniones, correo electrónico, buzón de sugerencias, videoconferencia, intranet (Zylberdyk, 2003). Los medios alternativos de comunicación como las carteleras, hoja volante, trípticos, folletos, cursos, reuniones, son eficaces para mejorar la comunicación interna y lograr el empoderamiento del personal de trabajo.

En la actualidad, se utiliza en las instituciones la mayoría de herramientas indicadas en el cuadro anterior, las que pueden ser electrónicas por su bajo costo, pero también pueden generar barreras en estos tres tipos de comunicación. Por ejemplo, en el Hospital UTPL un blog puede servir para que la máxima autoridad informe actividades de la empresa; ese mismo blog puede ser causa de recibir reclamos de los empleados.

#### Breve checklist de Comunicación Interna

Actualmente se cuenta con múltiples herramientas para que las empresas implementen acciones de comunicación con sus empleados, utilizando elementos tradicionales y nuevas herramientas que provee la tecnología actual, estos son:

- Manual del empleado o Manual de Bienvenida: información esencial de la organización: objetivos departamentales, políticas de personal y salarial, normas de seguridad e higiene, normativa sobre vacaciones.
- Reuniones informativas: llevadas a cabo por personal con cargos de responsabilidad.
- Publicaciones internas: información corporativa, social, actividades culturales y deportivas, noticias del sector.
- Carteles de anuncios: dan a conocer informaciones (legales, organizacionales, sociales).
- Buzón de sugerencias: los empleados pueden expresar sus opiniones o sugerencias sobre diversos aspectos de la actividad de la empresa.
- Entrevista personal: Diferentes modalidades.



- Convenciones: resumen la actividad de una empresa en un determinado periodo.
- Intranet: Pequeña internet dentro de la empresa.
- Blog: Red privada.
- Newsletter: Reúne boletines informativos, periódico interno y cartas de la dirección.
- Skype: servicio de comunicaciones de texto, voz y vídeo por internet.
- Twitter, Facebook, Google, LinkedIn: ofrecen la posibilidad de limitar el acceso únicamente a los miembros de la organización (Marketing, 2016).

### Canales informales de Comunicación Interna

Los canales de comunicación interna informales nacen de la interacción social entre los miembros de la empresa, pero, aunque se trate de aspectos laborales, va cargada de subjetivismo y dan lugar a los rumores. Puede ser personal, es decir que se da con un solo miembro de la organización, puede ser grupal en la que intervienen diversos grupos pequeños, o puede ser una red total que abarca todo el personal de la empresa. Este tipo de comunicación surge debido a deficiencias en la comunicación formal al proporcionar información relevante a sus miembros, quienes al no sentirse satisfechos con la información. (Scheinson, 2011)

El mayor flujo de comunicación informal se da en la comunicación descendente que en algunas organizaciones es vaga, repetitiva e implican desconfianza de la dirección hacia los empleados. En muchas empresas se saturan los canales de comunicación descendente sobrecargándoles de mensajes, dando como resultado órdenes que perturban y frustran a los subordinados, pues en ocasiones son contradictorias y excluyentes o son cadenas de mensajes que van de un individuo a otro con la consiguiente distorsión acumulativa, lo que causa confusión y ansiedad entre los trabajadores (Vasquez, 2010).

En conclusión, para limitar el uso de la comunicación informal, se debe depurar la comunicación formal, haciendo llegar a los subordinados mensajes claros, no repetitivos y personalizados, a fin de que la comunicación descendente no se

convierta en simple información unidireccional, sino más bien se abra paso a la comunicación ascendente que servirá como “feedback” para los directivos.

### Medios de comunicación interna

La comunicación interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, directivos y empleados, por lo que para que sea efectiva, se debe tomar en cuenta los canales a utilizarse según el tipo de mensaje que se quiera enviar, al público al que debe llegar y el contenido que se quiera difundir. Existen los medios orales, escritos, audiovisuales y electrónicos. Los medios orales lo constituyen las conversaciones telefónicas, las entrevistas, reuniones de equipos, seminarios y conferencias, desayunos de trabajo y eventos sociales. Este canal de comunicación aporta un mayor contacto personal y fomenta las relaciones interpersonales (Vasquez, 2010). Los medios escritos hacen referencia a: memorándum, circulares, informes, manuales, revista, newsletter (boletín de noticias electrónico), buzón de sugerencias, carteles de anuncios y encuestas de opinión. Este medio envía el mensaje de forma mucho más precisa y clara, pero dificulta la direccionalidad.

Entre los medios audiovisuales se puede mencionar el video informativo y la videoconferencia. Con el video se puede transmitir información general sobre la empresa y sus actividades, sus productos o servicios, su historia, o también puede ser formativo. La videoconferencia es uno de los medios más utilizados por las empresas para fortalecer sus comunicaciones internas; su principal ventaja es que hace posibles reuniones, conferencias o explicaciones en cualquier momento, sin desplazamientos y sin interrupciones en el trabajo de cada uno de los asistentes, pues permite que varios asistentes se conecten posibilitando conversaciones en tiempo real (Marín, 2010). Los medios electrónicos se refieren a todas las comunicaciones que se producen en Internet y se alojan en plataformas multimedia. El más usado es el de los correos electrónicos, seguido de redes sociales internas e intranet que permite crear foros de opinión, debates, chats y blogs. Más recientes son Twitter y WhatsApp para mensajería más rápida (Marín, 2010).

## La Comunicación Interna en empresas privadas

La comunicación interna toma diferentes perfiles de acuerdo al tipo de empresa, por lo que se debe distinguir entre las lucrativas y las no lucrativas. A la primera clasificación corresponde en su mayoría la empresa privada que puede ser Mega o PYMES.

Los objetivos de estas empresas son: Mejoramiento de imagen y posicionamiento en el mercado; Incremento de clientes; Productividad; Innovación; Avance tecnológico y competitividad. Para lograr estos objetivos es imprescindible que en las empresas existan estrategias bien diseñadas de la comunicación interna, lo que conlleva a escoger un estilo de comunicación natural, directo y claro, abierto a las opiniones ajenas, sustentada en el respeto a uno mismo y a las demás personas, generando un dialogo en el cual no se impone ninguna de las partes, sino se trabaja en puntos de convergencia para buscar una solución y no un conflicto. A este tipo de comunicación Nosnik la llama Comunicación Productiva (Educación, 2012).

Abraham Nosnik (2003) divide los niveles de comunicación en “Lineal que se refiere a la capacidad de informar y dinámico que es comunicarse con los demás” así mismo debe ser empática y productiva con capacidad de retroalimentación que nos permite conocer las necesidades de los sistemas donde ocurre la comunicación. A esta retroalimentación se llega mediante el diálogo entre los distintos niveles organizacionales (Oslrowiak, 2005).

## 8 METODOLOGÍA

### 8.1 TIPOS DE MÉTODOS

#### Métodos

Para Robert K. Yin (2005), “La metodología se refiere a los métodos de investigación que se siguen con la finalidad de alcanzar los objetivos en una ciencia o estudio”, por lo tanto. La metodología de investigación es el conjunto coherente y racional de procedimientos y técnicas que se aplican de manera ordenada y sistemática en la realización de un estudio; esta metodología determinará la forma en que los investigadores recaban, ordenan y analizan los datos obtenidos.

Por lo tanto, no solo se aplicó en todas las fases de la investigación, sino que además constituyó una etapa del estudio en sí donde se exponían, describían y razonaban los criterios adoptados en la elección de la metodología con el objetivo de otorgar validez y rigor científico a los resultados del estudio. (Universitario, 2020)

#### Método fenomenológico.

Según Rogers (1978) el método fenomenológico, es el mundo subjetivo del hombre conformado por todo el campo de experiencias, percepciones y recuerdos al que un individuo puede tener acceso en un momento dado y de acuerdo por Husserl (1998) “el objetivo que persigue este método es la comprensión de la experiencia vivida en su complejidad; esta comprensión, a su vez, busca la toma de conciencia y los significados en torno del fenómeno, es indispensable conocer la concepción y los principios de la fenomenología, conocer las vivencias por medio de los relatos, las historias y las anécdotas es fundamental porque permite comprender la naturaleza de la dinámica del contexto (Guillen, 2019)

Mediante este método se pudo desarrollar un análisis que nos permitió observar una situación y llegar a conclusiones sobre las buenas prácticas de comunicación que se ejecutaron al interior del Hospital UTPL, a fin de descubrir y

determinar, cuál de ellas, eran las más efectivas para la comunicación interna que pudieron llegar a tener los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo del Hospital UTPL.

#### Método hermenéutico

La hermenéutica involucra un intento de describir y estudiar fenómenos humanos significativos de manera cuidadosa y detallada, tan libre como sea posible de supuestos teóricos previos, basada en cambio en la comprensión práctica. (Packer, 2003). Por lo tanto, el método hermenéutico según Cea D'Ancona (1996 p46), se adapta a la metodología cualitativa y cuantitativa de la siguiente forma.

*Tabla 1: Diferentes metodologías*

	Paradigma Cuantitativo	Paradigma Cualitativo
Base epistemológica	Positivismo, Funcionalismo	Historicismo, Fenomenología, Interaccionismo Simbólico
Énfasis	Medición objetiva (de los hechos sociales, opiniones o actitudes individuales); demostración de la causalidad y la generalización de los resultados de la investigación	El actor individual: descripción y comprensión interpretativa de la conducta humana, en el propio marco de referencia del individuo o grupo social que actúa
Recogida de información	Estructurada y sistemática	Flexible: un proceso interactivo continuo, marcado por el desarrollo de la investigación
Análisis	Estadístico, para cuantificar la realidad social, las relaciones causales y su intensidad	Interpretacional, socio-lingüístico y semiológico de los discursos, acciones y estructuras latentes
Alcance de resultados	Búsqueda cuantitativa de leyes generales de la conducta	Búsqueda cualitativa de significados de la acción humana

*Autor: Cea D'Ancona (1996)*

En el marco del método hermenéutico y con el ánimo de cumplir los objetivos de la investigación, se aplicó encuestas a los colaboradores de la organización (médicos, administrativos y operativo) a quienes se evaluó sobre el flujo y herramientas de comunicación que la institución puso en marcha para lograr una comunicación interna efectiva y eficiente. Además, con la técnica de la entrevista, se conoció las políticas que el Hospital UTPL tiene para la gestión de la comunicación.

### Método práctico proyectual

Según Munari (1983) “El método proyectual no es algo absoluto y definitivo; es algo modificable si se encuentran los valores objetivos que mejoren el proceso. Y este hecho depende de la creatividad del proyectista que, al aplicar el método, puede descubrir algo para mejorarlo”. En consecuencia, las reglas del método no bloquean la personalidad del proyectista, sino, que, al contrario, le estimulan al descubrir algo, que, eventualmente, puede resultar útil también a los demás. (Plaza, 2012)

Con los datos recolectados y luego del respectivo análisis, se procedió con la ejecución del método práctico proyectual, a través del que se diseñó un plan de comunicación interna, con base a los datos del diagnóstico, para crear un conjunto de acciones que permitían una comunicación efectiva de la institución y sus colaboradores.

Este plan de comunicación ayudó a los gestores de la institución en las diferentes áreas para que los colaboradores se sintieran parte del Hospital UTPL y trabajaran con compromiso y proyección.

## 8.2 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### 8.2.1 TIPOS DE TÉCNICAS

#### Encuestas

Según Tamayo (2004), la encuesta “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. Así mismo define la encuesta como una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema particular. (Tamayo, 2004)

Por medio de la técnica de la encuesta se podrá recopilar información de las diferentes áreas del Hospital UTPL, a través de la vos de sus colaboradores. La encuesta será diseñada en dos variables: flujos y herramientas de comunicación.

La encuesta se realizó online y se envió a los correos electrónicos institucionales con el debido seguimiento del investigador para lograr un número de respuestas pertinentes a fin de acercarse lo más posible al objetivo de investigación y cumplir con el diseño del plan de comunicación.

#### Entrevista

La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando. (Torrecilla, 2012).

La entrevista como un conjunto de reiterados encuentros cara a cara entre el entrevistador y sus informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen respecto a sus vidas, experiencias o situaciones. (Torrecilla, 2012)

Esta técnica de la entrevista, ayudó a obtener respuestas en profundidad sobre la política de comunicación que tiene la institución, los flujos de comunicación que los determina como formales y las herramientas de comunicación que se usan para el diálogo con los colaboradores. Esta entrevista será aplicada al Jefe de Talento Humano y responsable de Comunicación Interna. La entrevista se complementa con la técnica de la encuesta, a modo de contraste de lo que dicen colaboradores y nivel directivo, gestores de la comunicación, objeto de esta investigación.

La siguiente tabla indica como la metodología de investigación se adapta al tema y a sus objetivos.



### 8.3 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La investigación se consideró como muestra a los colaboradores de planta del Hospital UTPL de las áreas administrativo, médico y operativo, personal responsable de las diversas actividades que se ejecutan en el mismo.

*Tabla 2: Personal de planta Hospital UTPL*

Personal médico	Personal administrativo	Personal operativo
10 colaboradores	7 colaboradores	10 colaboradores

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

A través de las técnicas de investigación para este estudio se puede verificar el grado de comunicación que existe entre colaboradores de las diferentes áreas del Hospital UTPL de la ciudad de Loja.

## **9 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

### **9.1 OBSERVACIÓN DIRECTA**

Hospital UTPL de la ciudad de Loja, es un hospital católico y de servicio a la comunidad, cuyo fin es el cuidado y bienestar de sus pacientes, considerados estos en su integridad física, psíquica y espiritual. (UTPL, Hospital , s.f.)

Dentro de su filosofía empresarial, es ser líder en calidad de servicios de salud, conocimiento, docencia, investigación y sostenibilidad. Ser modelo y motor en la atención de la salud de la comunidad por medio de servicios de salud accesibles, centrado en la persona, con respeto a su dignidad. (UTPL, Hospital , s.f.)

La mala comunicación provoca una ruptura con la productividad de los colaboradores de las diferentes áreas administrativo, médico y operativo, por lo cual esto puede ser a que su jefe inmediato no se comunique bien con los colaboradores o que no sepa transmitir los objetivos o procesos correctamente, provocando que el colaborador no realice sus actividades diarias de la mejor manera.

## **9.2 ENTREVISTA**

### **9.2.1 Entrevistados**

#### **Entrevista 1**

Nombre: Ing. Gina Alexandra Briceño Salas  
Jefe de Automatización y Comunicación  
Departamento de comunicación del Hospital UTPL

#### **Entrevista 2**

Nombre: Ing. Jorge Eduardo Torres Mejía  
Jefe de operaciones  
Departamento de facturación del Hospital UTPL

#### **Entrevista 3**

Nombre: Ing. María Gabriela Valarezo Álvarez  
Jefe Talento Humano  
Departamento de talento humano del Hospital UTPL

## TABLA RESUMEN DE RESULTADOS

### Entrevista 1

Nombre: Ing. Gina Alexandra Briceño Salas

Jefe de Automatización y Comunicación

Departamento de comunicación del Hospital UTPL

Tabla 3: Resultado de la entrevista

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la empresa.	La comunicación interna dentro de la organización primeramente siempre ha existido de una manera empírica quizás, ya que el departamento de comunicación se está instaurando recientemente bajo mi cargo, por lo tanto, se ha hecho un análisis de los procesos que se estaban realizando. Frente a esto se han establecido algunas actividades y algunos procesos que se quieren ir implementando dentro de la organización y sobre todo que se vayan ajustando a las necesidades que tiene la empresa y los colaboradores como tal para que se sientan informados y para poder lograr una escucha activa dentro de la organización.
2. En su criterio, cuales son los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores. Como, por ejemplo: Mail, Reuniones informativas, Cartelera, Teléfono, Boletín interno, Manuales, Videos, Folletos, Eventos: foros, capacitaciones.	Previo a la pandemia los canales principales de comunicación que disponía el Hospital UTPL eran precisamente el correo electrónico, un canal de WhatsApp adicionalmente reuniones presenciales, sin embargo, a raíz de la pandemia el panorama cambia y tenemos que adaptarnos ante una nueva realidad. Ha inicio de la pandemia se inicia con una nueva plataforma como lo fue Slack, sin embargo, luego nos mudamos al canal principal que disponemos hoy en día como lo es Teams.
3. ¿Tiene alguna medición o evaluación de que esos son los canales de comunicación mejor utilizados?	Precisamente en el mes de abril se encuestó a los colaboradores para evaluar tanto el clima laboral como los canales de comunicación interna y procesos de comunicación, esta evaluación nos permitió identificar que el canal principal que utilizan los colaboradores es el correo electrónico como tal.
4. ¿Qué tipo de información emite a través de estos canales?	A través de los canales antes mencionados se comenta las novedades que tenemos dentro del Hospital como son: noticias, reglamentos, políticas y diversas actividades como feriados y salida e ingresos del personal.
5. Como usted siente que su equipo de trabajo percibe la información de la comunicación que usted les comparte.	De acuerdo a lo que se ha podido identificar es que existen varias debilidades con respecto a comunicación, los colaboradores como tal aún no identifican un departamento de comunicación y sienten que los flujos de comunicación deben mejorar. Frente a estas debilidades lo que se está realizando es trabajar en un primer plano a la comunicación interna y tanto yo como departamento y las autoridades que me respaldan sabemos que para poder ser una empresa de calidad tenemos que trabajar en lo antes mencionado.

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

## Entrevista 2

Nombre: Ing. Jorge Eduardo Torres Mejía

Jefe de operaciones

Departamento de facturación del Hospital UTPL

*Tabla 4: Resultado de la entrevista*

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la empresa.	En cuanto a la pregunta, dentro de la institución se han creado distintos medios a través de los cuales se transmite la información y diferentes procesos. En este aspecto yo considero que los medios están dados de una forma adecuada y los colaboradores nos estamos adaptando a los nuevos canales que ha incrementado el departamento de comunicación interna.
2. En su criterio, cuales son los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores. Como, por ejemplo: Mail, Reuniones informativas, Cartelera, Teléfono, Boletín interno, Manuales, Videos, Folletos, Eventos: foros, capacitaciones.	Dentro de lo normal el canal más utilizado como canal formal es el correo electrónico y como canal informal disponemos al WhatsApp, ambos canales son los más utilizados por los colaboradores.
3. ¿Tiene alguna medición o evaluación de que esos son los canales de comunicación mejor utilizados?	Directamente este tipo de medición lo tiene el área de comunicación ya que ellos son los encargados directamente de guardar dicha información.
4. ¿Qué tipo de información emite a través de estos canales?	Lo que se transmite a través de estos canales es el ingreso de personal, los diferentes cambios que se realizan dentro de la institución y los nuevos servicios que se otorga a los clientes.
5. Como usted siente que su equipo de trabajo percibe la información de la comunicación que usted les comparte.	De lo que percibo normalmente es que hay colaboradores que no revisan estos medios por lo que genera diferentes malestares en las funciones diarias, es ahí donde se tendría que trabajar ya que no se realiza un seguimiento estricto en este tipo de comunicación interna.

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

### Entrevista 3

Nombre: Ing. María Gabriela Valarezo Álvarez

Jefe Talento Humano

Departamento de talento humano del Hospital UTPL

Tabla 5: Resultado de la entrevista

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la empresa.	Con relación a la primera pregunta le puedo manifestar que efectivamente tanto el área de comunicación y el área de talento humano estamos manejando la comunicación dentro de la empresa y yo considero que si se están adaptando ya que los procesos son muy claros de comprender para todos los colaboradores independientemente del área de trabajo.
2. En su criterio, cuales son los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores. Como, por ejemplo: Mail, Reuniones informativas, Cartelera, Teléfono, Boletín interno, Manuales, Videos, Folletos, Eventos: foros, capacitaciones.	Actualmente nuestro medio de comunicación más utilizado es el correo electrónico y también hoy en día estamos trabajando con una nueva plataforma como lo es Teams ya que a través de esta nueva herramienta se realiza diferentes comunicados a todo el personal. Adicional a lo anterior se están realizando reuniones con los diferentes departamentos de la institución respetando obviamente los aforos establecidos y algo muy fundamental es el teléfono con sus diferentes extensiones en cada área para una comunicación interna rápida.
3. ¿Tiene alguna medición o evaluación de que esos son los canales de comunicación mejor utilizados?	Directamente esta información reposa dentro de la nube de nuestro correo institucional y formalmente el departamento de comunicación si dispone de esta información ya que es un requisito evaluar a nuestro personal para mejorar los diferentes flujos de comunicación.
4. ¿Qué tipo de información emite a través de estos canales?	En lo que respecta al departamento de talento humano se informa los diferentes ingresos y egresos del personal, feriados y diferentes comunicados que se presentan en el día a día.
5. Como usted siente que su equipo de trabajo percibe la información de la comunicación que usted les comparte.	Desde mi punto de vista considero que bien, ya que la información que se comparte a los colaboradores es básicamente interna y que los mismos la toman bien ya que hasta el momento no hay ninguna informalidad con respecto a los comunicados.

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

## ANÁLISIS DE RESULTADOS

Los diferentes jefes departamentales entrevistados del Hospital UTPL de la ciudad de Loja, respondieron las siguientes preguntas con respecto a la comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores para el presente año.

Se llevó a cabo una entrevista con cinco preguntas con respecto a la comunicación interna dentro del Hospital UTPL, en las que manifestaron, primeramente que los diferentes procesos que se llevan a cabo dentro de la organización, se adaptan a las diferentes necesidades que tienen los colaboradores y el hospital UTPL como tal, así mismo que los procesos están dados a todos los colaboradores para que permitan una buena comunicación y evitar diferentes retrasos en los procesos internos y más aún generar un malestar a los clientes externos.

Dentro de los canales de comunicación más utilizados por los jefes inmediatos y por los colaboradores son los correos electrónicos como canal principal y formal de la corporación, seguidamente utilizan una nueva herramienta de comunicación interna como es Teams, que permiten interactuar a los colaboradores de una forma fácil y rápida a los diferentes comunicados ya que por temas de pandemia se complica hacer llamados o convocatorias presenciales, y como canal informal que se utiliza en el día a día el WhatsApp. Seguidamente los colaboradores entrevistados mencionan que sienten que su equipo de trabajo si está percibiendo la información de los diferentes comunicados ya que hay un gran cambio y un buen ambiente en sus lugares de trabajo.

Finalmente, con respecto a la comunicación interna manifiestan que la misma está cambiando ya que como toda organización hay algunas debilidades y los flujos de comunicación no llegan al cien por ciento a los colaboradores, ya que a futuro el Hospital UTPL marcara la diferencia, versus a su competencia.

### 9.3 ENCUESTA

#### 1. ¿Cómo se informa de las actividades que se ejecutan en HUTPL?

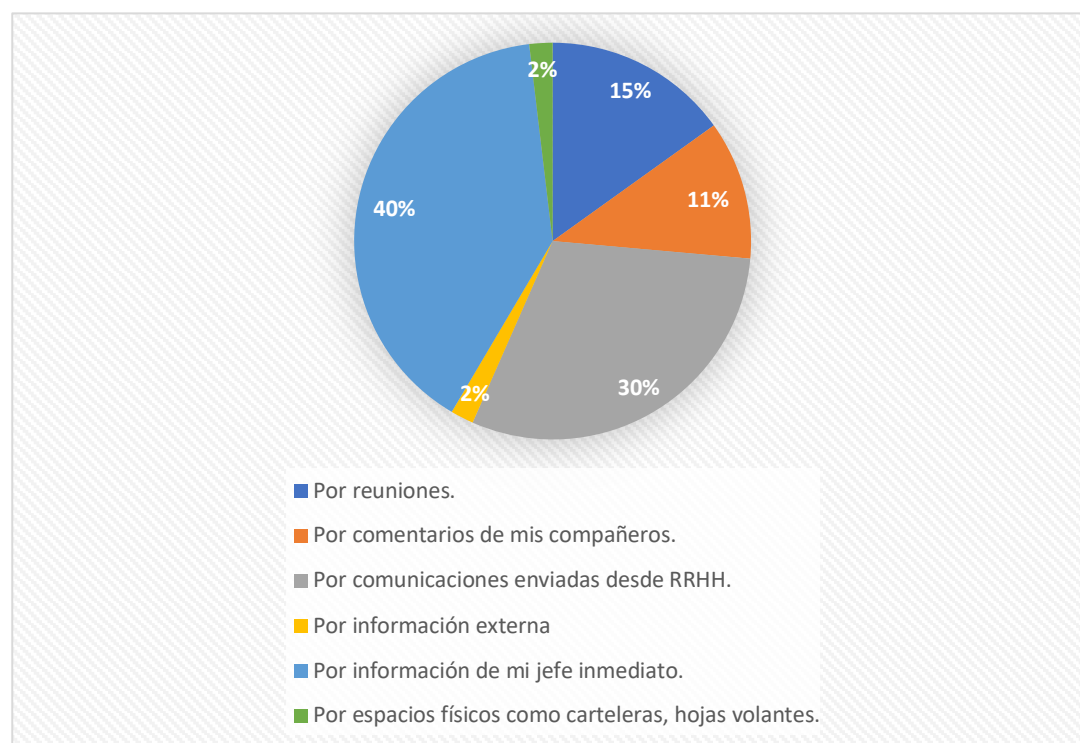
Tabla 6: Actividades que se ejecutan en el Hospital UTPL

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por reuniones.	8	15%
Por comentarios de mis compañeros.	6	11%
Por comunicaciones enviadas desde RRHH.	16	30%
Por información externa	1	2%
Por información de mi jefe inmediato.	21	40%
Por espacios físicos como carteleras, hojas volantes.	1	2%
Total	53	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 1

Actividades que se ejecutan en el Hospital UTPL



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado que labora en el Hospital UTPL, una gran mayoría representada por el 39% han manifestado que se informa de las actividades que se ejecutan en el Hospital UTPL por medio de información de su jefe inmediato,



mientras que un 30% se informa por los comunicados enviados por el área de RRHH, un 16% por medio de reuniones, un 11% por medio de comentarios de sus compañeros y un 1% por medio de información externa y por espacios físicos como carteleras, hojas volantes.

#### Análisis cualitativo

Dado a que las diferentes opciones de respuestas han sido de opción múltiple se puede visualizar que hay más de una opción escogida por cada colaborador, adicionalmente a esto se recalca que el número de colaboradores evaluados son veinte y siete, por lo cual un número significativo manifiesta que se informa de las actividades ejecutadas en el Hospital UTPH es por medio de su jefe inmediato, con ello se supone que los colaboradores tienen una buena comunicación interna con su jefe inmediato.

2. ¿Seleccione los canales de comunicación y herramientas que existen en su organización?

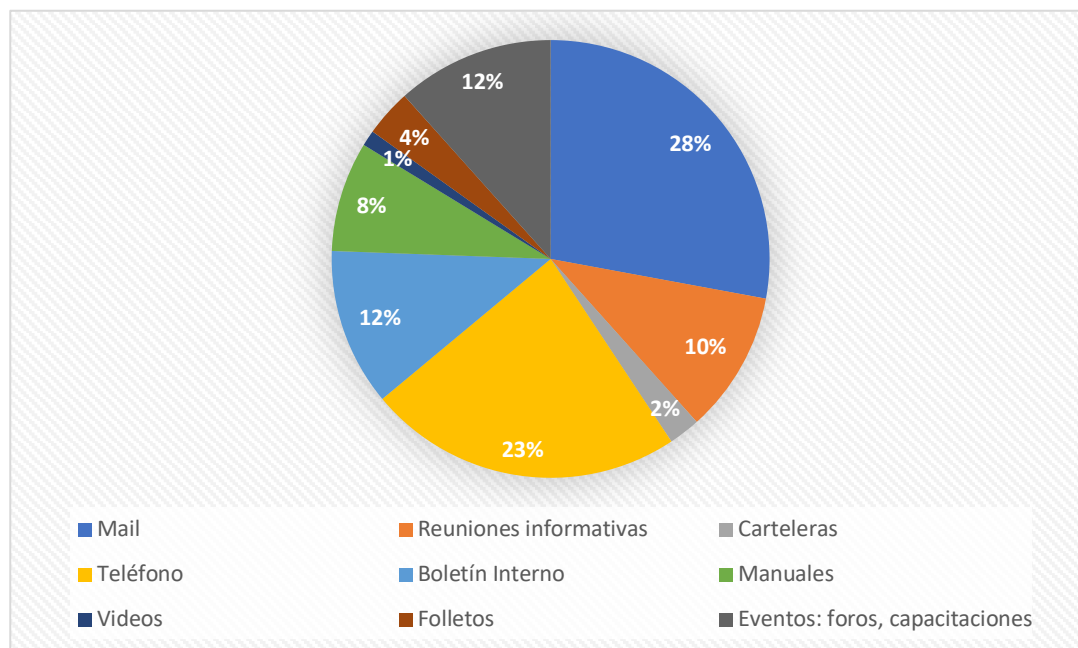
*Tabla 7: Canales de comunicación que existen en la organización.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mail	24	28%
Reuniones informativas	9	10%
Carteleras	2	2%
Teléfono	20	23%
Boletín Interno	10	12%
Manuales	7	8%
Videos	1	1%
Folletos	3	3%
Eventos: foros, capacitaciones	10	12%
Total	86	100%

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

Grafico 2

Canales de comunicación que existen en la organización.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

#### Análisis cuantitativo

El 100% de los colaboradores evaluados de las diferentes áreas del Hospital UTPL, han manifestado que los canales de comunicación y herramientas que existen en su organización, son el mail representado por un 24%, mientras que un 20% teléfono, un 10% los boletines internos, eventos, foros y capacitaciones, adicionalmente un 9% las reuniones informativas, un 7% los manuales, un 3% los folletos un 2% las carteleras y un 1% los videos.

#### Análisis cualitativo

Dado a que las diferentes opciones de respuestas han sido de opción múltiple se puede visualizar que hay más de una opción escogida por cada colaborador, adicionalmente a esto se recalca que el número de colaboradores evaluados son veinte y siete, en donde indican que los canales de comunicación que existen en las diferentes áreas del Hospital UTPL son el mail, y el teléfono con un mayor porcentaje, para ello se supone que los canales que existen en el Hospital UTPL son todos los antes mencionados en el análisis cuantitativo, pero los más destacados son el mail y el teléfono.

3. ¿Qué canal de comunicación o herramienta utiliza para la comunicación de y entre sus compañeros? Solo temas del Hospital UTPL, no personales.

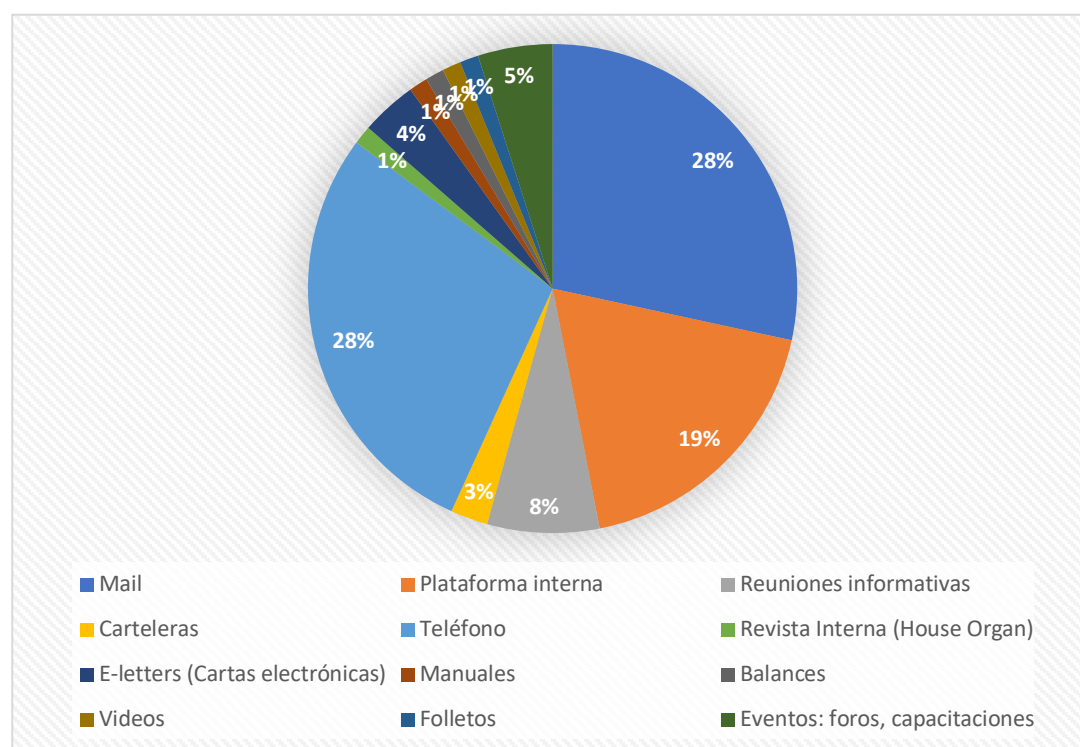
Tabla 8: Canales de comunicación más utilizados entre compañeros.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mail	23	28%
Plataforma interna	15	19%
Reuniones informativas	6	7%
Carteleras	2	2%
Teléfono	23	28%
Revista Interna (House Organ)	1	1%
E-letters (Cartas electrónicas)	3	4%
Manuales	1	1%
Balances	1	1%
Videos	1	1%
Folletos	1	1%
Eventos: foros, capacitaciones	4	5%
Total	81	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 3

Canales de comunicación más utilizados entre compañeros



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado que labora en el Hospital UTPL, una gran mayoría representado por el 23% han manifestado que la herramienta más utilizada en el área laboral es mail y el teléfono, mientras que un 15% manifiesta la plataforma interna, un 6% reuniones informativas, un 4% los eventos, foros, capacitaciones, un 3% E- letters (cartas electrónicas) y un 1% la revista interna, manuales, balances, videos y folletos.

### Análisis cualitativo

Dado a que las diferentes opciones de respuestas han sido de opción múltiple se puede visualizar que hay más de una opción escogida por cada colaborador, adicionalmente a esto se recalca que el número de colaboradores encuestados son veinte y siete, los cuales manifiestan que los canales más utilizados para la comunicación interna de las diferentes áreas del Hospital UTPL son: el correo electrónico y el teléfono, con ello se supone que los colaboradores tienen una rápida comunicación interna por medio de los canales antes mencionados.

#### 4. ¿Con qué frecuencia revisa los comunicados internos de la empresa?

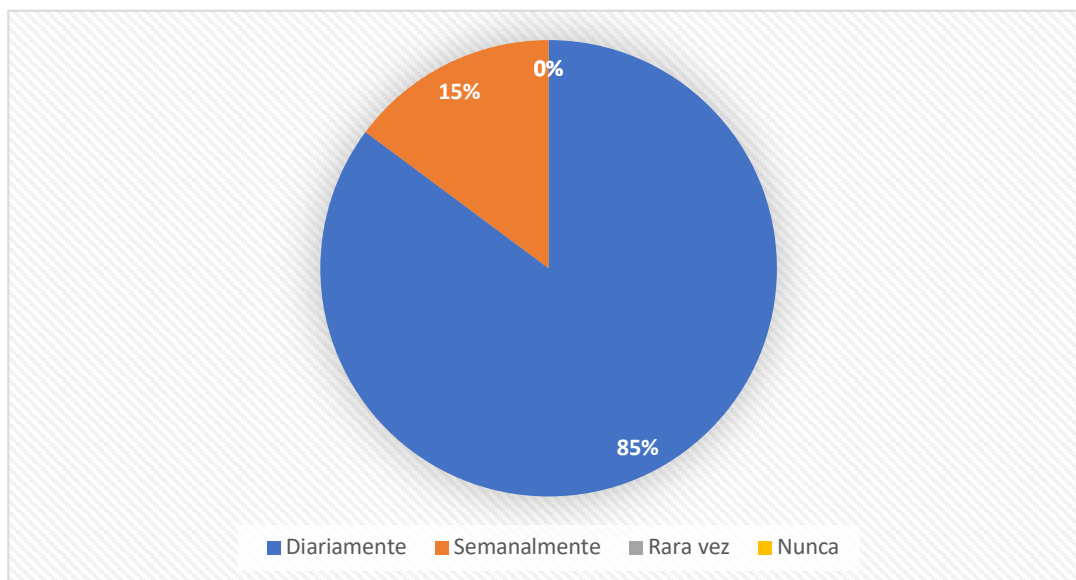
*Tabla 9: Frecuencia con la que se revisan los comunicados internos de la empresa.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	23	85%
Semanalmente	4	15%
Rara vez	0	0%
Nunca	0	0%
Total	27	100%

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

Grafico 4

Frecuencia con la que se revisan los comunicados internos de la empresa.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado que labora en el Hospital UTPL, una gran mayoría representada por el 85% manifestaron que revisan los comunicados internos de la empresa diariamente, por lo contrario, un 15% manifiestan que semanalmente.

#### Análisis cualitativo

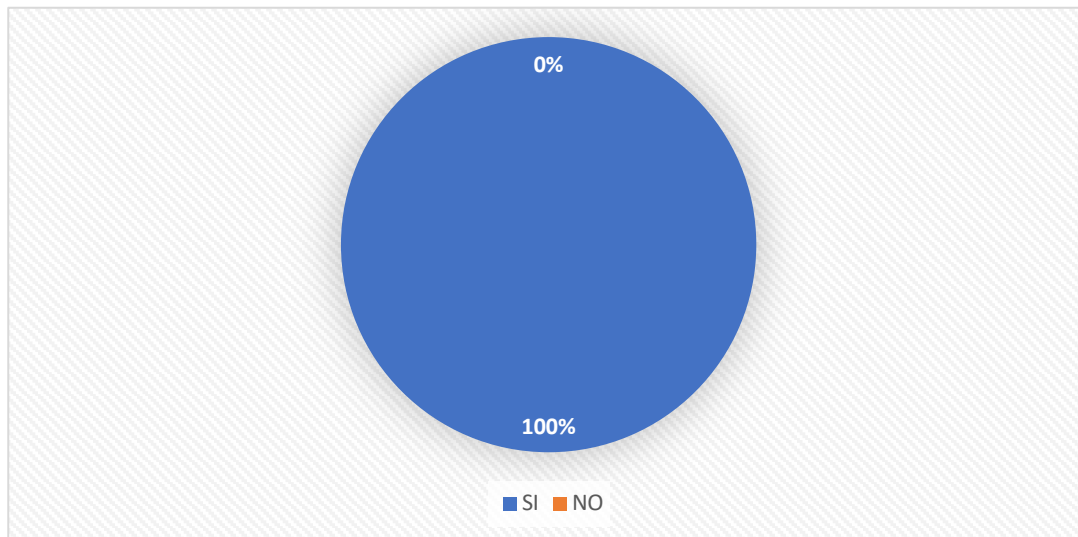
De los colaboradores evaluados del Hospital UTPL han mencionado que revisan los diferentes comunicados enviados por las áreas, diariamente; adicional a ello un pequeño grupo de colaboradores en cambio manifiestan que revisan semanalmente, para ello se supone que los colaboradores revisan frecuentemente los comunicados enviados por las diferentes áreas, enterándose rápidamente de los mismos.

#### 5. ¿Los comunicados son efectivos y claros de entender?

Tabla 10: Comunicados efectivos y claros.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	27	100%
NO	0	0%
Total	27	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

*Grafico 5**Comunicados efectivos y claros**Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado que labora en el Hospital UTPL, el 100% nos manifestaron que los comunicados enviados por las diferentes áreas son efectivos y claros de entender.

#### Análisis cualitativo

De los colaboradores encuestados del personal del Hospital UTPL, afirman en su totalidad que los comunicados enviados por las diferentes áreas son muy efectivos y claros de entender, por ello se supone que los jefes de las diferentes áreas tienen una buena redacción al enviar los diferentes comunicados, permitiendo un buen entendimiento hacia los colaboradores para la buena ejecución de su trabajo.

6. ¿En comparación al año anterior, la comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado?

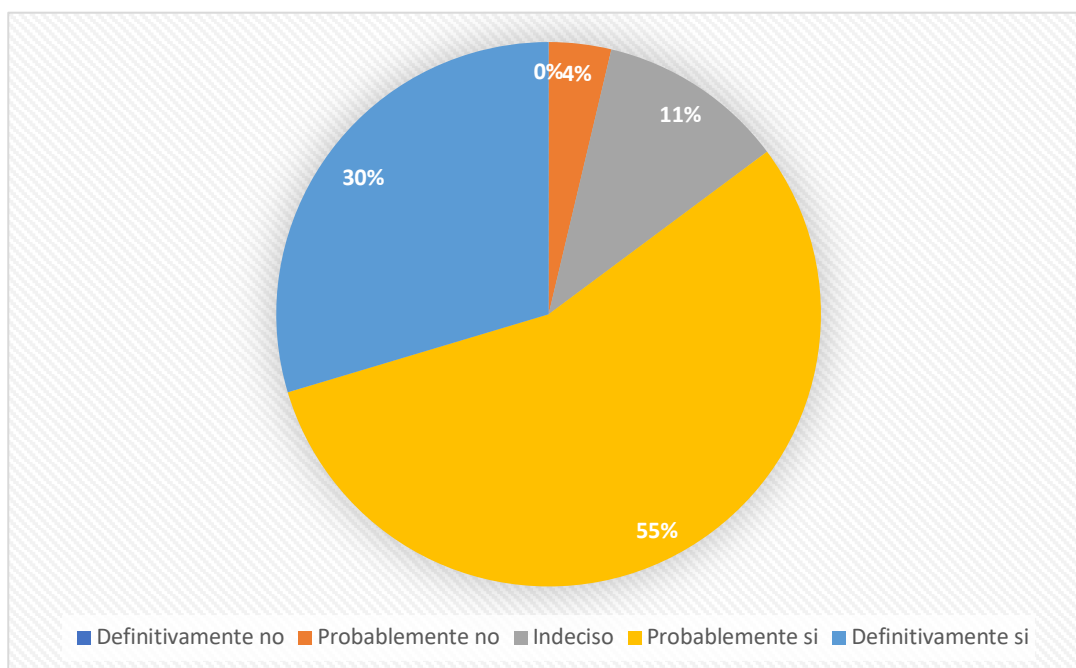
Tabla 11: Comparación del año anterior, de la comunicación interna del trabajo.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente no	0	0%
Probablemente no	1	4%
Indeciso	3	11%
Probablemente si	15	56%
Definitivamente si	8	29%
Total	27	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 6

Comparación del año anterior, de la comunicación interna del trabajo.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado del Hospital UTPL, una gran mayoría con el 56% han manifestado que probablemente si en comparación al año anterior la comunicación interna en su área laboral ha mejorado, mientras que un 29% definitivamente si ha mejorado, adicionalmente un 11% indeciso y un 4% probablemente no.

### Análisis cualitativo

Un número significativo del personal del Hospital UTPL, han manifestado que probablemente sí, ha mejorado la comunicación en comparación al año anterior, para ello se supone que el área de comunicación interna del Hospital UTPL debe mejorar para poder llegar al nivel más alto con el fin de estar informado de forma temprana, permitiendo ejecutar tareas de manera acertada con eficiencia y eficacia.

#### 7. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?

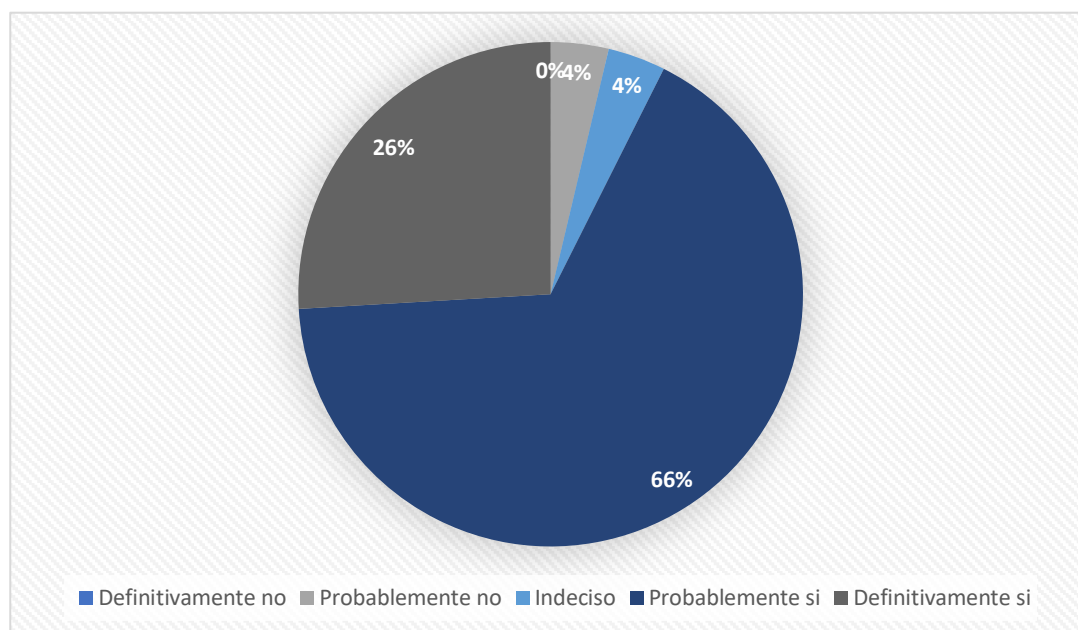
Tabla 12: Comunicación entre compañeros.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente no	0	0%
Probablemente no	1	4%
Indeciso	1	4%
Probablemente si	18	67%
Definitivamente si	7	26%
Total	27	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 7

Comunicación entre compañeros.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba



#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado del Hospital UTPL, una gran mayoría con el 67% considera que probablemente sí, la comunicación interna entre compañeros es efectiva, mientras que un 26% definitivamente si, así mismo unos colaboradores con el 4% mencionan que probablemente no, e indeciso.

#### Análisis cualitativo

De los colaboradores encuestados del Hospital UTPL, en su gran mayoría han manifestado que probablemente sí, la comunicación interna entre sus compañeros es efectiva, para ello se supone que existe malestar en un grupo pequeño de colaboradores y por ende se debería reforzar más la comunicación interna, para llegar a que definitivamente sí, sea efectiva la misma.

8. ¿Cree usted que su jefe inmediato, envía los comunicados en tiempos oportunos?

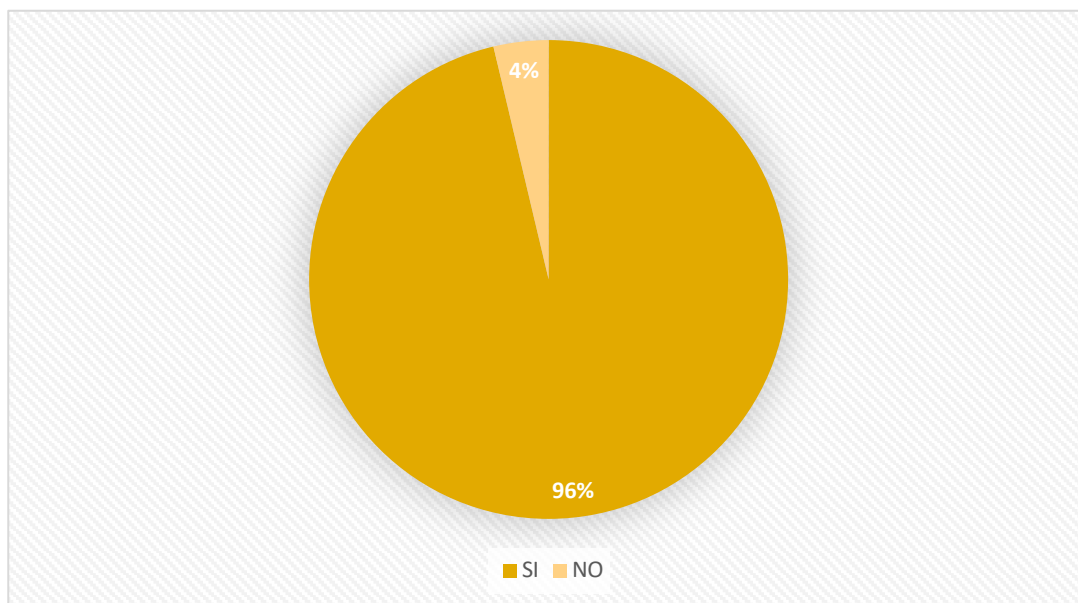
*Tabla 13: Envío de comunicados por el jefe inmediato.*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	26	96%
NO	1	4%
Total		100%

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Grafico 8*

*Envío de comunicados por el jefe inmediato.*



*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

#### Análisis Cuantitativo

Del 100% del personal encuestado del Hospital UTPL, la gran mayoría con un 96% menciona que su jefe inmediato envía los comunicados en tiempos oportunos, así mismo un 4% manifiesta que no envía los mismos oportunamente.

#### Análisis Cualitativo

Un número significativo de colaboradores encuestados del Hospital UTPL, con el noventa y seis por ciento menciona que su jefe inmediato si envía los comunicados en tiempo oportuno, por ello se supone que los jefes de las diferentes áreas laborales están comprometidos con su equipo de trabajo por lo que envían la información en tiempos oportunos para su ejecución.

9. ¿Considera que la comunicación interna debería mejorar en su área laboral?

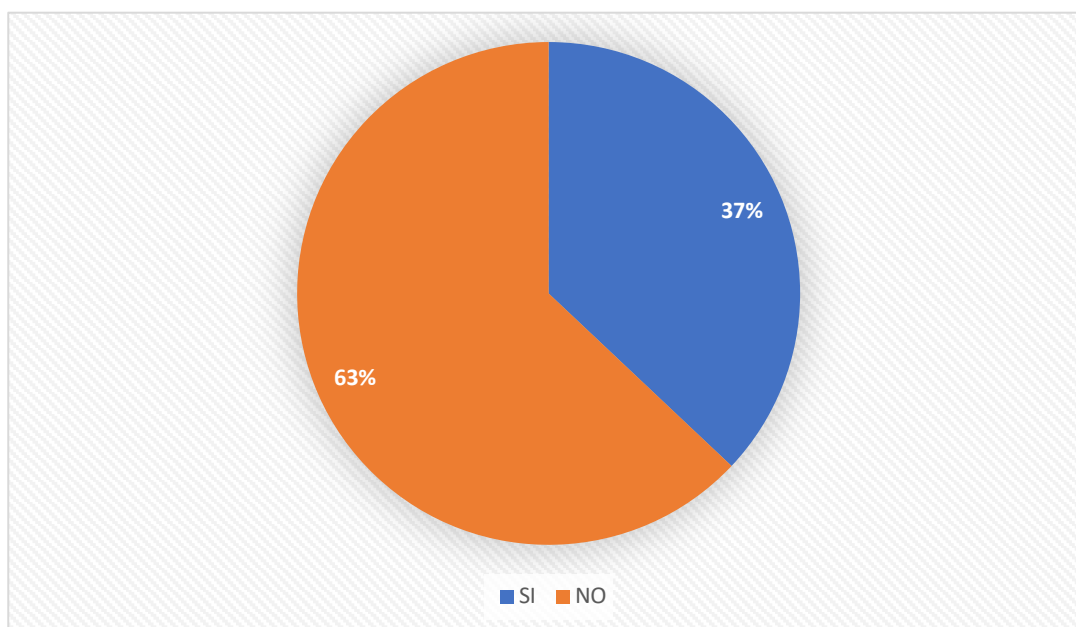
Tabla 14: Comunicación interna de trabajo, en las diferentes áreas.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	10	37%
NO	17	63%
Total	27	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 9

Comunicación interna de trabajo, en las diferentes áreas.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

#### Análisis cuantitativo

Del 100% del personal encuestado del Hospital UTPL, la gran mayoría con un 63% ha considerado que la comunicación interna debería mantenerse, mientras que un 37% manifiesta que la comunicación si debería mejorar en sus diferentes áreas de trabajo.

#### Análisis cualitativo

Un número significativo de colaboradores encuestados del Hospital UTPL, en la gran mayoría han manifestado que la comunicación interna se está manejando de la mejor manera y que debería mantenerse, para ello se supone que los

colaboradores se sienten bien informados con la comunicación en sus diferentes áreas laborales.

10. ¿Considera usted que existe una buena comunicación entre los altos directivos y el grupo de colaboradores de su área?

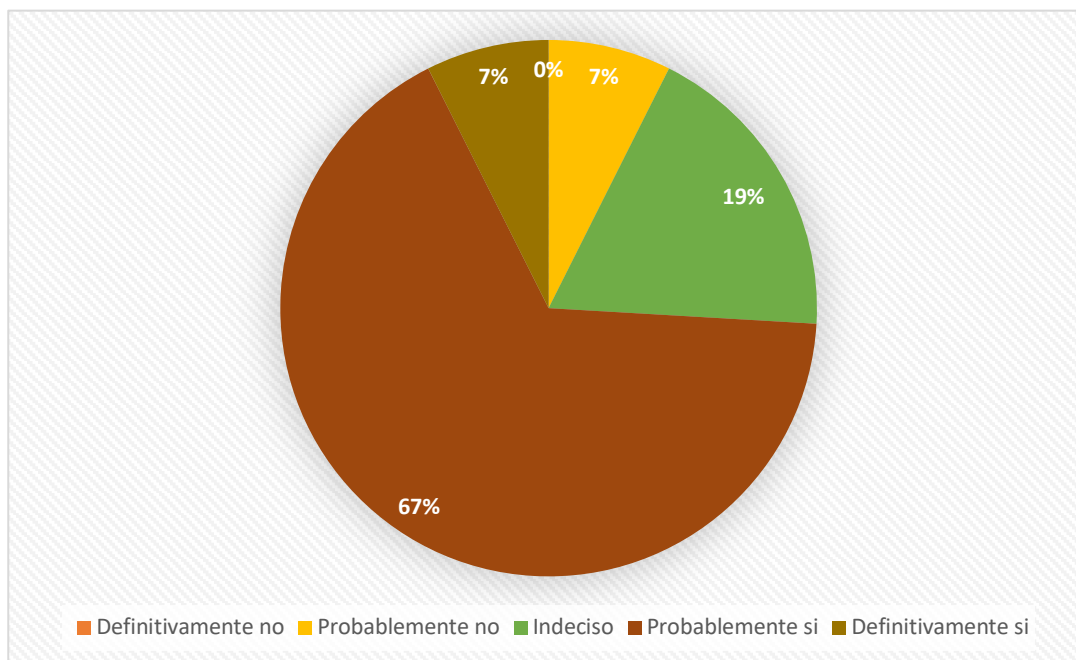
Tabla 15: Comunicación con los altos directivos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Definitivamente no	0	0%
Probablemente no	2	7%
Indeciso	5	19%
Probablemente si	18	67%
Definitivamente si	2	7%
Total	27	100%

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

Grafico 10

Comunicación con los altos directivos.



Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

### Análisis cuantitativo

Del 100% de los colaboradores encuestados el Hospital UTPL, la gran mayoría con un 67% manifiesta que probablemente sí, existe una buena comunicación entre los altos directivos, mientras que un 19% se encuentra indeciso, así mismo un 7% nos manifiesta que definitivamente si, y finalmente otro 7% manifiesta que probablemente no.

### Análisis cuantitativo

Un número significativo de los colaboradores encuestados del Hospital UTPL, han manifestado que sí, existe una buena comunicación entre los colaboradores y los altos directivos de la organización. Para ello se supone que los altos mandos siempre están en contacto con la mayoría de colaboradores, pero así mismo se podría decir que la comunicación se debería mejorar para que todo el personal este en contacto con los directivos, y así los colaboradores tengan un buen ambiente con los mismos.

## **10 PROPUESTA DE ACCIÓN**

### **10.1. Introducción**

La presente propuesta de acción tiene como finalidad proponer una serie de acciones que coadyuven en la mejora de los procesos de comunicación de los colaboradores del Hospital UTPL, representantes de las áreas como administrativo, médico y operativo; de tal manera que, entre colaboradores se fortalezcan los canales y líneas de comunicación y se institucionalice las formas comunicativas de la institución con sus colaboradores. Es decir, mejorar la comunicación horizontal, descendente y ascendente.

La comunicación interna es un factor relevante para fomentar las buenas relaciones interpersonales en una organización, facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo y crecimiento de la organización. En este sentido, esta propuesta, está encaminada a ofrecer a los administradores y responsables de la comunicación del Hospital UTPL, una serie de acciones que ayuden a reforzar los flujos y herramientas de comunicación establecidas para el efecto.

Existen varios medios y canales para la comunicación interna, ya sean escritos, orales o tecnológicos. Elegir los canales que mejor se adapten a las necesidades de la empresa, su potencial económico o el volumen de personal a gestionar, es un trabajo que debe hacerse con sentido y responsabilidad.

En los siguientes apartados se destacan algunos hallazgos sobre los que se realiza esta propuesta, cumpliendo la pretensión de mejorar los flujos y herramientas de comunicación del Hospital UTPL.

## 10.2 Presentación

El Hospital UTPL de la ciudad de Loja con más de quince años a la ciudadanía Lojana ha venido ofertando sus servicios de hospitalización, emergencia y consulta externa como su fortaleza principal, pero como una debilidad interna se ha visto un deficiente de diferentes procesos en sus medios de comunicación interna dentro de los colaboradores, es por ello que la presente propuesta viene a contrastar todas estas debilidades frente a los problemas que a continuación se presentan.

Dentro de los beneficios y resultados del plan de acción referente a la comunicación interna de los colaboradores del Hospital UTPL, los mismos se han analizado mediante encuestas y entrevistas, que han permitido evaluar los diferentes procesos de comunicación en las diferentes áreas.

Como propuesta a las diferentes debilidades que se ha podido evidenciar mediante las diferentes herramientas utilizadas podemos mencionar lo siguiente: Potenciar la comunicación entre compañeros por medio una App corporativa interna que ya dispone el Hospital UTPL como es Teams, para lograr una comunicación efectiva. Realizar reuniones mensuales por medio de la misma App Teams, para informar a los colaboradores de los diferentes cambios o proceso realizados internamente, obteniendo como resultado una comunicación interna clara, concisa y precisa. Proponer la creación de un boletín informativo web para las diferentes áreas del Hospital UTPL, logrando que todos los colaboradores se informen de sus herramientas existentes dentro su empresa, mejorando así su desempeño laboral.

### **10.3 Beneficiarios**

El beneficiario directo es el Hospital UTPL, y de sobre manera los departamentos de las áreas Administrativo, Medico y Operativo.



## 10.4 Estructura

Plan de comunicación interna

Figura 1

*Flujograma de procesos*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

## 10.5 Documento presentado



# Plan De COMUNICACIÓN Interna

-----  
Autor: Jaime  
Miguel Obaco  
chamba  
-----

## Índice

### Índice general

3. Introducción.....	1
4. Objetivo del manual .....	2
5. Glosario .....	3
6. Propuesta .....	7
6.1 PUESTA EN MARCHA DEL PLAN DE ACCIÓN .....	11
7. Conclusiones .....	18
8. Recomendaciones .....	19
9. Bibliografía.....	20

### INDICE DE TABLAS

Tabla 16 Propuesta .....	7
Tabla 17 Plan de capacitación .....	11
Tabla 18 Propuesta .....	12
Tabla 19 Plan de actividad .....	13
Tabla 20 Presupuesto de la actividad .....	14
Tabla 21 Presupuesto de la actividad .....	15
Tabla 22 Presupuesto de la actividad .....	17

## **Introducción**

La comunicación interna no es un fin, sino un medio, una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los colaboradores con las organizaciones. (Jiménez 1998). La comunicación interna llega a ser para la organización, el equivalente a lo que es el sistema circulatorio para el ser humano, ya que permite que toda la información llegue a cada rincón de los diferentes departamentos, para que haya un sano funcionamiento, y por lo tanto para la supervivencia del día a día. (López 2017)

El presente plan de comunicación tiene como objetivo mejorar los procesos de comunicación interna de los colaboradores del Hospital UTPL, representantes de las áreas como administrativo, médico y operativo; de tal manera que, entre colaboradores se fortalezcan los canales y líneas de comunicación y se institucionalice las formas comunicativas de la institución con sus colaboradores. Es decir, mejorar la comunicación horizontal, descendente y ascendente.

A través de un proceso de investigación se conoció las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que existen alrededor de la gestión de comunicación interna, entre las principales se destaca como fortalezas: un canal directo de comunicación jefe colaborador

Se han encontrado acciones o áreas en las que se debe mejorar, y por ello se presenta ciertas acciones para fortalecer la comunicación aprovechando los espacios físicos dentro del Hospital UTPL.

Con base a lo mencionado anteriormente se presenta una serie de estrategias para mejorar los canales y herramientas de comunicación.

**Objetivo del manual**

Proponer un conjunto de acciones para la mejora de la comunicación interna, a través de la elaboración de un plan, que permita mejorar los canales y herramientas de comunicación entre los clientes internos del Hospital UTPL.

## Glosario

- \* **Clima organizacional:** Es una metáfora para describir las percepciones que tienen las personas de una organización con respecto a lo que pasa en su medio laboral.
- \* **Comunicación 2.0:** El término se originó después de popularizarse el concepto de web 2.0 y se refiere a la comunicación en donde el usuario de internet también genera contenido, por lo que su papel no se limita a consumidor de la información.
- \* **Comunicación ascendente:** Hace referencia a la comunicación que es emitida por alguien de un nivel jerárquico inferior hacia una persona o grupo de personas con un nivel más alto en el organigrama.
- \* **Comunicación descendente:** Es cuando el emisor de la comunicación se encuentra en un nivel jerárquico más alto que las personas a las que son dirigidos sus mensajes.
- \* **Comunicación horizontal:** cuando un gerente se comunica con alguien de su mismo nivel jerárquico.
- \* **Comunicación interna:** El término comunicación tiene origen en el latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”.
- \* **Comunicación interpersonal:** Es aquella en la que se intercambian sentimientos, emociones, información... entre personas o grupos.
- \* **Comunicación de marketing:** aquellas formas de comunicación que apoyan la venta de bienes y servicios: la publicidad de producto (elemento dominante en el mix de marketing)
- \* **Asertividad:** habilidad personal de poder expresar de manera directa, sincera, apropiada y oportuna nuestras opiniones y puntos de vista sin faltar ni negar los derechos de otras personas.
- \* **Conductismo:** base de las primeras teorías de la comunicación de masas, consistía en la creencia en el

- poder absoluto de los medios y la fácil manipulación de las audiencias.
- \* **Paradigma:** Conjunto de ideas, hábitos sociales y percepciones del mundo comúnmente compartidas, que estructuran el pensamiento de una época.
  - \* **Cultura corporativa (organizacional):** Conjunto de normas humanas y sociales que determinan comportamientos y que diferencia a la organización de otras.
  - \* **Acción positiva:** Medidas dirigidas a un grupo determinado, con las que se pretende suprimir y prevenir una discriminación o compensar las desventajas resultantes de actitudes, comportamientos y estructuras existentes.
  - \* **Segmentación de mensajes:** elección de los mensajes que se habrán de transmitir en función del público al que se le dirigirán.
  - \* **Retroalimentación:** comprender de manera más gráfica lo que es retroalimentación en este contexto ayuda dar un repaso a los elementos básicos de comunicación, que son: emisor, mensaje y receptor.
  - \* **Propuesta de valor:** Es la definición que hace una empresa con respecto al conjunto de beneficios que recibirán sus empleados por el simple hecho de laborar ahí.
  - \* **Roll up:** Es un medio impreso (que se desenrolla) y mediante una estructura integrada se puede colocar en pasillos o salones. Es práctico, atractivo y portátil.
  - \* **Podcast:** Es un programa de audio que las personas pueden escuchar en el momento que quieran en un dispositivo que les permita la reproducción de un archivo de audio. También se le conoce como programas de radio sin antena.
  - \* **Intranet:** Es un sitio web al que sólo pueden acceder los colaboradores de una empresa. Ahí encuentran información específica de diferentes temas.
  - \* **Cascadeo:** Indica una práctica de comunicación descendente, pues quiere decir que los niveles jerárquicos más altos transmiten

- información a colaboradores a su cargo o con nivel jerárquico más bajo: en cascada.
- \* **Newspaper interno:** Publicación periódica breve creada para difundir información noticiosa. Se diferencia de la revista interna por la extensión y por su contenido con un enfoque más de actualidad.
  - \* **Look and feel:** Es un término relacionado con el diseño visual, que se utiliza para definir la manera en que un esfuerzo de comunicación o una campaña completa se verá y las sensaciones que transmitirá.
  - \* **Afiche publicitario:** Medio gráfico de comunicación, utilizado por una técnica de comunicación, su misión es persuadir a través de un mensaje publicitario.
  - \* **Competencia Ilocutiva:** Comprende el control de rasgos funcionales del lenguaje tales como la habilidad para expresar ideas y emociones, para lograr que se lleve a cabo algo (funciones manipulativas), para usar el lenguaje para enseñar, aprender y resolver problemas.
  - \* **Comunicación paraverbal:** Son los procesos de intercambio de mensajes gobernados por factores que no son propiamente alfabéticos, es decir, el significado de los mensajes no se relaciona exclusivamente con un texto oral o escrito.
  - \* **Contexto Comunicativo:** Es el lugar y tiempo en el que se produce la comunicación. Es decir, es el entorno concreto en que el emisor, realiza su intención de comunicar “algo” a un receptor.
  - \* **Eslogan:** Frase elocuente y llamativa que resume la intención comunicativa del autor del mensaje publicitario. Se asocia al valor agregado de la marca.
  - \* **Comunicación asincrónica:** Forma de comunicación en que las partes no tienen que estar presentes simultáneamente.
  - \* **Comunicación sincrónica:** Comunicación en que las partes en interacción tienen que estar presentes simultáneamente.
  - \* **Denotativo:** El primer nivel de análisis o sea en nivel denotativo: es la observación y descripción de



los elementos que componen el mensaje

- \* **Connotativo:** Es un nivel de análisis más profundo: apunta a descubrir las motivaciones y necesidades de la Persona más

latentes, en que está soportado el mensaje publicitario y en las significaciones que puede sugerir. (Banda 2017)

## Propuesta

Tabla 16 Propuesta de acción

N°	Objetivo que se pretende alcanzar	Actividades	Responsable	Programación anual – Espacio llenado por la empresa												Recursos	Actividades pendientes
				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic		
1	Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando	Plantear una capacitación para todos los colaboradores de las diferentes áreas, administrativo, médico y operativo puedan manejar de mejor manera la nueva plataforma que dispone el Hospital UTPL como es Teams.	Ing. Gina Briceño. Ing. Aníbal Armijos											22		Capacitador Ing. Gina Briceño jefe de comunicación interna. Recurso material y tecnológico: Internet, computadora, Hojas, esferos.	Espacio llenado por la empresa, según las actividades realizadas.

2	participación e interactividad.	Realizar un juego de roles con los diferentes colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, para que puedan desarrollar sus diferentes habilidades con el uso de la comunicación resolviendo los diferentes conflictos que se planteen por parte del capacitador.	Ing. Gabriela Valarezo. Dra. Johanna Montalvo. Ing. Jorge Torres.	12	Recurso Humano: Capacitador Ing. Gabriela Valarezo jefe de TTHH. Ing. Jorge Torres jefe de operaciones Recurso material y tecnológico: Internet, computadora, libreta de apuntes.	Espacio llenado por la empresa, según las actividades realizadas.
3		Organizar una mesa redonda, para determinar los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores, con el objetivo de crear una comunicación interna rápida, efectiva y de calidad.	Ing. Gina Briceño. Ing. Gabriela Valarezo.	03	Recurso Humano: Capacitador Ing. Gina Briceño Jefe de comunicación interna Ing. Gabriela Valarezo jefe de TTHH. Recurso material y tecnológico: Internet, computadora, libreta de apuntes.	Espacio llenado por la empresa, según las actividades realizadas.

4	Realizar un Ice Breakers (Rompehielos) mensualmente o trimestralmente con los diferentes jefes y grupos de trabajo, con una actividad virtual como lo es (la ruleta corporativa), por medio de la plataforma teams, logrando una mayor comunicación interna entre colaboradores y jefes inmediatos.	Ing. Gina Briceño. Ing. Gabriel Ríos.	14	Recurso Humano: Capacitador Ing. Gina Briceño jefe de comunicación interna Ing. Gabriel Ríos jefe de operaciones Recurso material y tecnológico: Internet, computadora, libreta de apuntes.	Espacio llenado por la empresa, según las actividades realizadas.
5	Al estar la edad de los colaboradores entre los 26 y 33 años y los años de servicio entre 3 y 5 años, se recomienda realizar una actividad de resolución de conflictos, para que los diferentes colaboradores sepan cómo actuar ante un evento	Ing. Gina Briceño. Ing. Gabriela Valarezo Ing. Gabriel Ríos. Ing. Jorge Torres.	04	Recurso Humano: Capacitador Ing. Gina Briceño jefe de comunicación interna. Ing. Gabriela Valarezo jefe de talento humano. Recurso material y	Espacio llenado por la empresa, según las actividades realizadas.

---

descontrolado con el  
cliente externo.

tecnológico:  
Internet,  
computadora,  
Hojas,  
esferos.

---

*Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba*

## Puesta en marcha del plan de acción

### Estrategia 1

**Responsable:** Ing. Gina Briceño

**Tiempo de ejecución:** Viernes 03 de diciembre del 2021

**Objetivo:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Meta:** Lograr que todo el personal sepa utilizar la herramienta aprovechando los diferentes beneficios.

### Recursos:

Material y tecnológico: Internet, computadora, Hojas, esferos.

Tabla 17 Plan de Capacitación

PLAN DE CAPACITACIÓN					
CONFERENCIA	CONTENIDOS	DIRIGIDO	FECHA Y HORA	LOCAL	CONFERENCISTA
MANEJO DE LA NUEVA HERRAMIENTA	1. CAPACITACIÓN HERRAMIENTA TEAMS.		Viernes, 22 de octubre del 2021		
	1.1. ¿Qué es Teams y que funciones tiene?	Personal administrativo, médico y operativo	2 horas 19:00 a 21:00	Salón de reuniones HUTPL torre 3	Ing. Gina Briceño jefe de comunicación interna del HUTPL

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

**Presupuesto:** El costo al que asciende el cumplir la presente capacitación será en base a los colaboradores que sean capacitados. Adicionalmente se podría decir que se capacitará a 28 colaboradores que representan las áreas administrativo, médico y operativo.

*Tabla 18 Presupuesto*

PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA 1			
Nº	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cartuchera con suministros básicos	\$3,00	\$84
2	Coffee Breack	\$1,00	\$28
TOTAL			\$112

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

### **Desarrollo de la actividad:**

Para la presente capacitación primeramente se realizará una convocatoria a los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo por medio de la herramienta que utilizan los mismos como es el correo electrónico, seguidamente la capacitadora dará a conocer el protocolo a seguir en la capacitación planteada en la tabla 2.

## Estrategia 2

**Responsable:** Ing. Gabriela Valarezo. Dra. Ing. Jorge Torres

**Tiempo de ejecución:** Viernes 12 de noviembre del 2021

**Objetivo:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Meta:** Lograr que los colaboradores estén preparados para poder apoyar en otros departamentos cuando la empresa lo solicite.

**Recursos:** Internet, computadora, libreta de apuntes.

*Tabla 19 Plan de Actividad*

PLAN DE ACTIVIDAD					
CONFERENCIA	CONTENIDOS	DIRIGIDO	FECHA Y HORA	LOCAL	CONFERENCISTA
COMUNICACIÓN ASERTIVA	1. JUEGO DE ROLES		Viernes 12 de noviembre, hora		
	1.1. Intercambio de funciones	Personal administrativo, médico y operativo	19:00 a 21:00 Viernes 12 de noviembre, hora	Salón de reuniones HUTPL torre 3	Ing. Gabriela Valarezo jefe de TTHH. Ing. Jorge Torres jefe de operaciones

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*



**Presupuesto:** El costo al que asciende el cumplir la presente capacitación será en base a los colaboradores que sean capacitados. Adicionalmente se podría decir que se capacitará a 28 colaboradores que representan las áreas administrativo, médico y operativo.

*Tabla 20 Presupuesto de la Actividad*

PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA 2			
N <sup>o</sup>	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cartuchera con suministros básicos	\$3,00	\$84
2	Coffee Breack	\$1,00	\$28
TOTAL			\$112

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

### **Desarrollo de la actividad:**

Una vez presentada la situación por parte del responsable de la actividad, es importante establecer quiénes representarán roles y quiénes participarán como espectadores. Se les brinda un tiempo para analizar la situación y adaptarse a ella y al papel que han de representar preferentemente, de ser posible, en un espacio aparte. Es importante comunicar a los colaboradores que el juego de roles no es solo representar un papel, sino sentirse dentro de él. Por otro lado, es importante que los colaboradores que participaran como observadores analicen la situación sobre la base de criterios y con la guía del responsable con el fin de llegar un análisis de la situación presentada.

### Estrategia 3

**Responsable:** Ing. Gina Briceño, Ing. Gabriela Valarezo

**Tiempo de ejecución:** Viernes 03 de diciembre del 2021

**Objetivo:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Meta:** Lograr que los colaboradores de las diferentes áreas del Hospital UTPL revisen los diferentes comunicados a tiempo, generando una comunicación interna rápida y de calidad.

**Recursos:** Internet, computadora, libreta de apuntes.

**Presupuesto:** El costo al que asciende el cumplir la presente capacitación será en base a los colaboradores que sean capacitados. Adicionalmente se podría decir que se capacitará a 28 colaboradores que representan las áreas administrativo, médico y operativo.

*Tabla 21 Presupuesto de la actividad*

PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA 1			
N <sup>a</sup>	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cartuchera con suministros básicos	\$3,00	\$84
2	Coffee Breack	\$1,00	\$28
TOTAL			\$112

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

### Desarrollo de la actividad:

El respónsale de la actividad determinara el tiempo de intervención de cada uno de los participantes para poder saber las herramientas más utilizadas por las diferentes áreas, seguidamente los colaboradores anotaran los puntos más importantes y el cañal que los mismos utilizan para enviar información rápida y ágil. Finalmente, el coordinador de la actividad será el encargado de indicar la herramienta que se utilizará dentro de los equipos de trabajo.

**Estrategia 4**

**Responsable:** Ing. Gina Briceño. Ing. Gabriel Rios.

**Tiempo de ejecución:** Viernes 14 de enero del 2022

**Objetivo:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Meta:** Lograr que todos los colaboradores de la institución se conozcan e interactúen entre si generando una comunicación eficaz y mejorando su clima laboral.

**Recursos:** Internet, computadora, libreta de apuntes.

**Presupuesto:** La presente actividad será realizado por medio de la plataforma Teams y tendrá la participación 28 colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo.

**Desarrollo de la actividad:**

Primeramente el coordinador de la actividad deberá indicar que un rompehielos es una actividad diseñada para conocer más a los compañeros de trabajo y sus jefes inmediatos. Por medio de una rueda se intercambiara de nombres y otra información sobre antecedentes personales de los colaboradores. El coordinador deberá lograr que la actividad sea divertida para animar a un grupo de trabajo y mejor la comunicación interna.

## Estrategia 5

**Responsable:** Ing. Gina Briceño. Ing. Gabriela Valarezo

**Tiempo de ejecución:** Viernes 04 de febrero del 2022

**Objetivo:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Meta:** Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

**Recursos:** Internet, computadora, hojas, esfero.

**Presupuesto:** El costo al que asciende el cumplir la presente capacitación será en base a los colaboradores que sean capacitados. Adicionalmente se podría decir que se capacitará a 28 colaboradores que representan las áreas administrativo, médico y operativo.

*Tabla 22 Presupuesto de Actividad*

PRESUPUESTO DE LA ESTRATEGIA 1			
N <sup>a</sup>	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Cartuchera con suministros básicos	\$3,00	\$84
2	Coffee Breack	\$1,00	\$28
TOTAL			\$112

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

### Desarrollo de la actividad:

Primeramente el coordinador de la actividad dará una hoja de papel a cada miembro del grupo para que escriba el problema que haya detectado recientemente en el área laboral. Seguidamente se doblan las hojas y se guardan en una bolsa, cada participante irá sacando una hoja de la bolsa y la leerá en voz alta el problema, mientras que otro miembro del grupo irá anotando lo que se haya dicho para tratar de resolver el conflicto que se presentó con el cliente externo.

## 11 Conclusiones

- La comunicación interna es muy esencial para la interacción de las diferentes funciones administrativas de las diferentes áreas del Hospital UTPL, para ello se ha planteado un manual con diferentes procesos para que puedan interactuar todos los colaboradores de las diferentes áreas.
- La comunicación dentro de cada área de trabajo ha adquirido un carácter jerárquico, ya que se basa en las diferentes políticas que tiene la empresa. Es por ello que hay que destacar la importancia que le da cada colaborador utilizando sus diferentes herramientas internas para dar lo mejor a lo largo de su jornada.
- Por otro lado, la buena comunicación interna en la empresa ha ganado la atención de los colaboradores, porque cuando los mismos se sienten desorientados por algún proceso se han apoyado en las diferentes herramientas de comunicación interna.
- La importancia de los diferentes puntos de comunicación indicados en el presente manual se podrá aplicar siempre y cuando los altos mandos o jefes de las diferentes áreas del Hospital UTPL, den apertura para poder realizar las diferentes actividades y poder cambiar la forma de comunicarse entre colaboradores. (comunicación s.f.)

## **8. Recomendaciones**

- Transmitir frecuentemente los diferentes valores institucionales a los colaboradores, para que los mismos se sientan identificados y motivados con la empresa a la que pertenecen.
- Se recomienda poner en práctica las diferentes actividades planteadas en el presente manual, para lograr un acercamiento con los colaboradores y que los mismos se sientan más comprometidos y den lo mejor en su puesto de trabajo.
- Mantener un diálogo continuo con los colaboradores, sobre los diferentes objetivos que pretende alcanzar la empresa.
- Realizar seguimientos frecuentes a los colaboradores por medio de sus jefes inmediatos, para poder verificar si la comunicación enviada por las diferentes herramientas que dispone el Hospital UTPL se están cumpliendo.

## 9. Bibliografía

Banda, Luis. Glosario de comunicación interna. 2017.  
<http://palabradecopy.com.mx/glosario-de-comunicacion-interna/>.

Comunicación, Estudio de. Comunicación interna tras la pandemia. s.f.

Española, Real Academia. Diccionario. 2021. <https://dle.rae.es/insustituible>.  
<https://www.estudiodecomunicacion.com/comunicacion-interna-tras-la-pandemia/>.

Jiménez, Jesús García. La comunicación interna. Madrid - España: Días De Santos. S.A,  
1998.

J Jáuregui, Fernando. «Cien consjos para la empresa.» En Cien consejos para la empresa, de Lourdes Carmona, 27. España: Almazara, s.f.

Jáuregui, Fernando. «Cien consejos para la empresa.» En Cien consejos para la empresa, de Lourdes Carmona, 27. España: Almazara, s.f.

López, Cristian David Portocarrero. «Manual de comunicación.» Santiago De Cali, 2017.

**Contraportada**



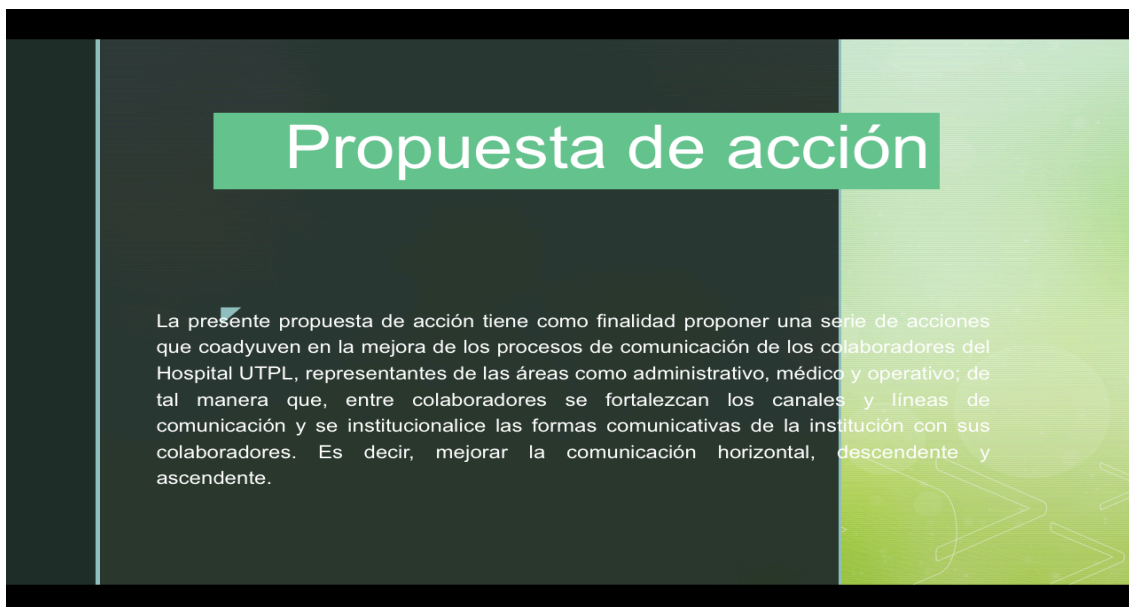


## **10.6 MEDIO DE SOCIALIZACIÓN**

Los resultados obtenidos se los socializo IN SITU en el Hospital UTPL en el departamento de Talento Humano, el día viernes, 27 de agosto del 2021 a las 11:00 am, con la jefa del área Ing. Gabriela Valarezo, a través de herramientas tecnológicas como lo es el software PowerPoint.

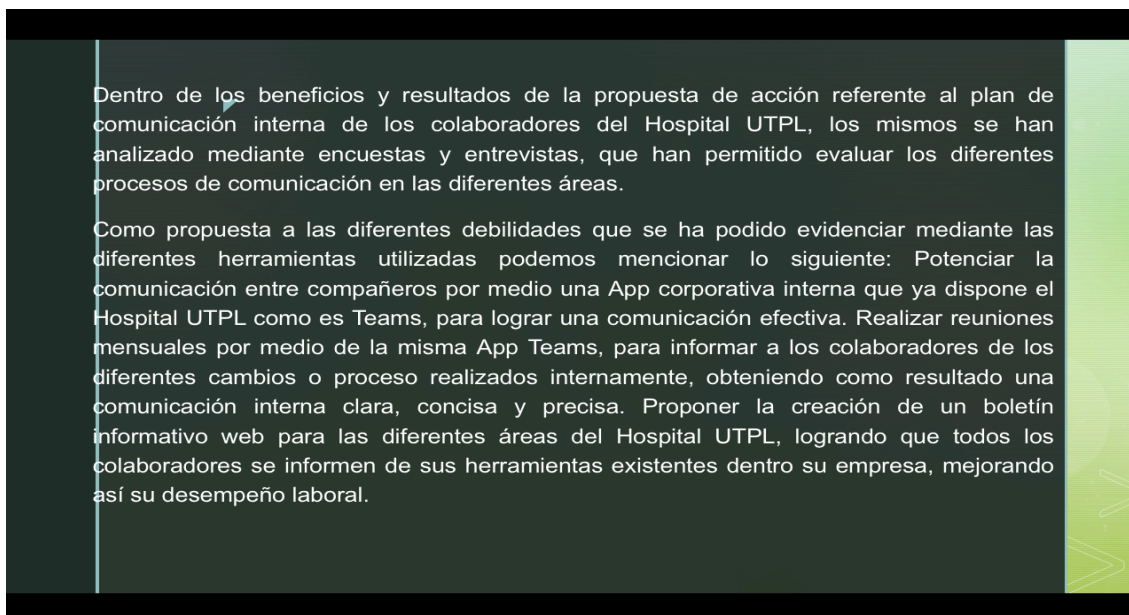
## 10.7 MATERIAL VISUAL UTILIZADO

Figura 2: Material de socialización



Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 3: Material de socialización.



Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 4: Material de socialización.

**Beneficiario:**

- El beneficiario directo es el Hospital UTPL, ya que el mismo dio apertura por medio del jefe de Talento Humano para realizar un plan de comunicación interna, a los diferentes colaboradores de las áreas Administrativo, Medico y Operativo.

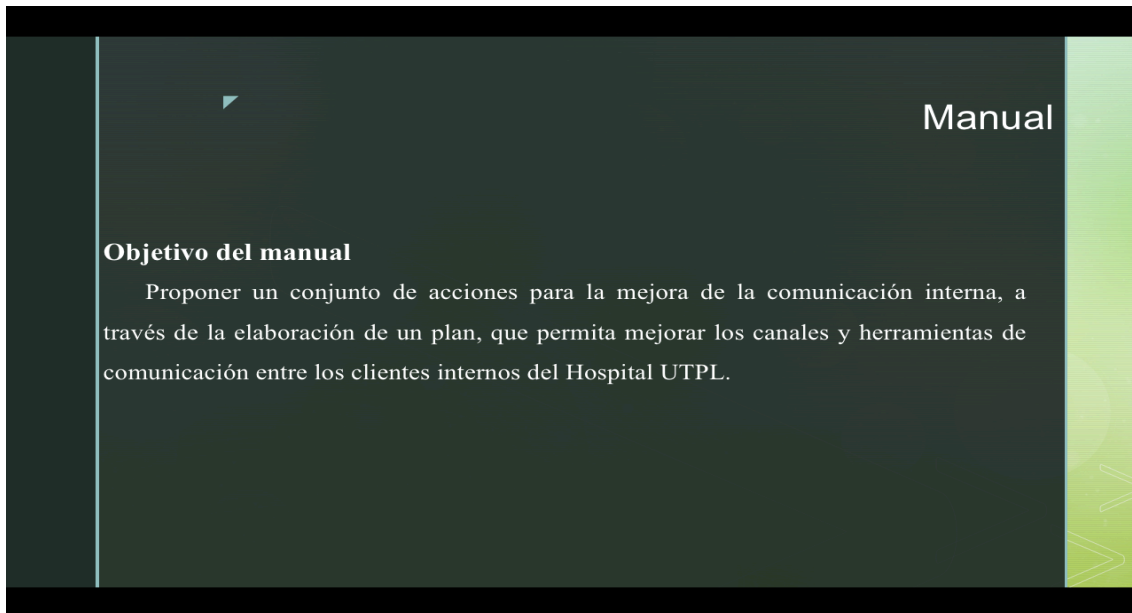
Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 5: Material de socialización.



Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 6: Material de socialización.



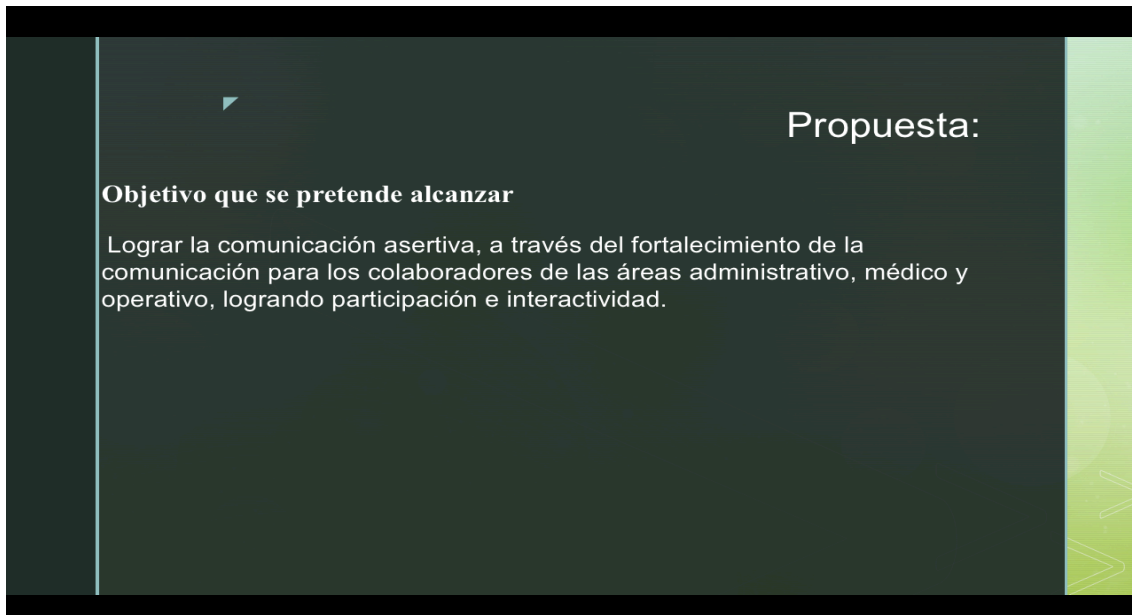
Manual

**Objetivo del manual**

Proponer un conjunto de acciones para la mejora de la comunicación interna, a través de la elaboración de un plan, que permita mejorar los canales y herramientas de comunicación entre los clientes internos del Hospital UTPL.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 7: Material de socialización.



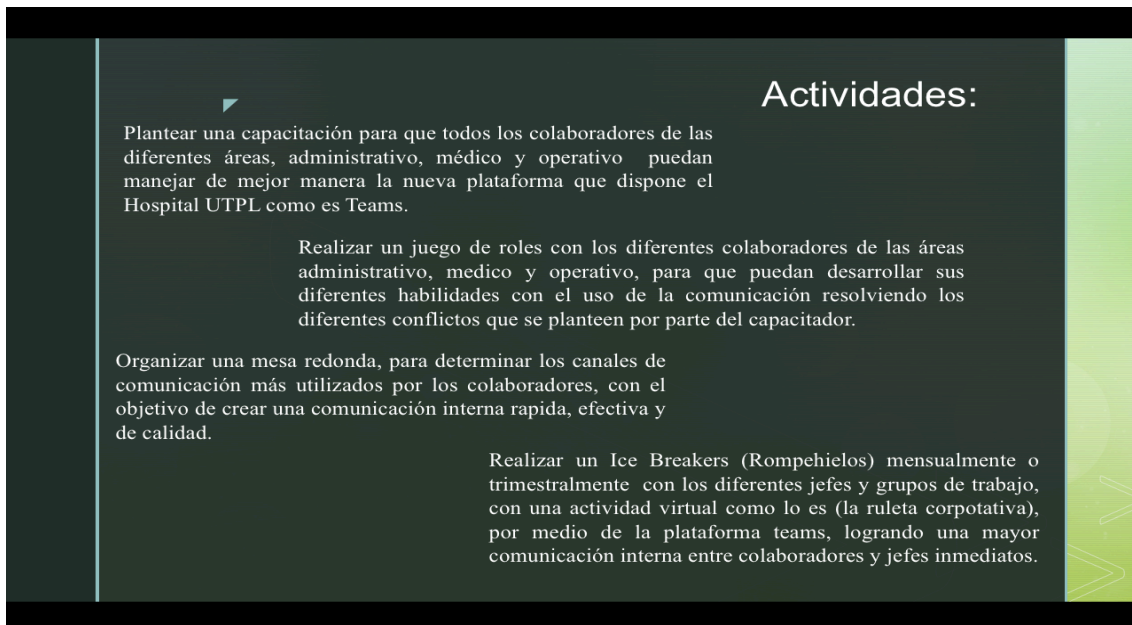
Propuesta:

**Objetivo que se pretende alcanzar**

Lograr la comunicación asertiva, a través del fortalecimiento de la comunicación para los colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, logrando participación e interactividad.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 8: Material de socialización.

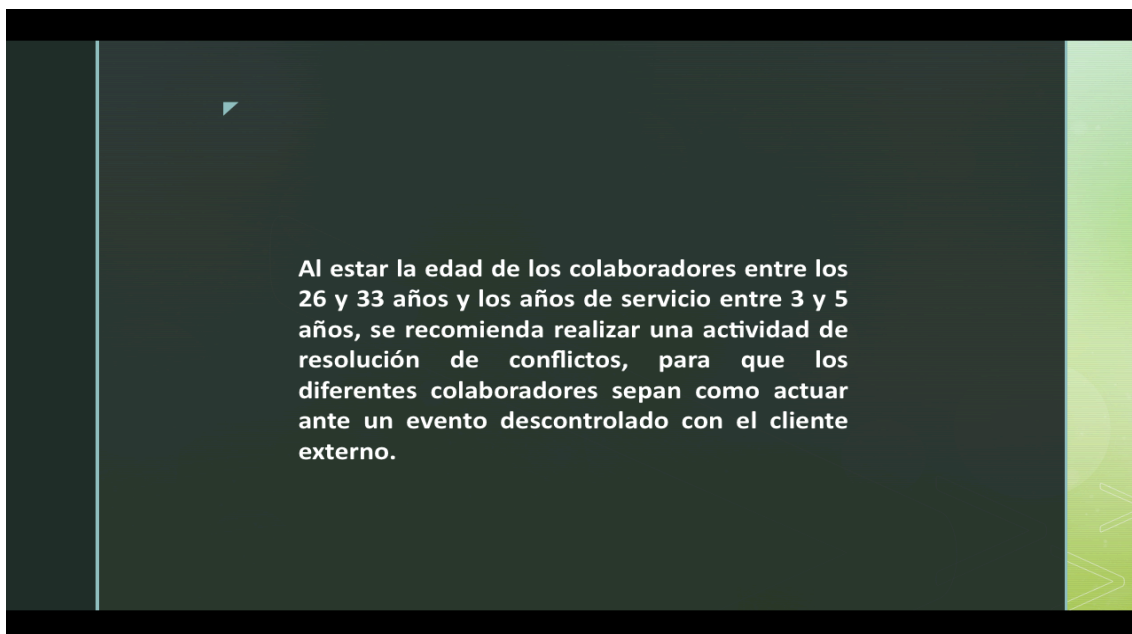


**Actividades:**

- Plantear una capacitación para que todos los colaboradores de las diferentes áreas, administrativo, médico y operativo puedan manejar de mejor manera la nueva plataforma que dispone el Hospital UTPL como es Teams.
- Realizar un juego de roles con los diferentes colaboradores de las áreas administrativo, médico y operativo, para que puedan desarrollar sus diferentes habilidades con el uso de la comunicación resolviendo los diferentes conflictos que se planteen por parte del capacitador.
- Organizar una mesa redonda, para determinar los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores, con el objetivo de crear una comunicación interna rápida, efectiva y de calidad.
- Realizar un Ice Breakers (Rompehielos) mensualmente o trimestralmente con los diferentes jefes y grupos de trabajo, con una actividad virtual como lo es (la ruleta corporativa), por medio de la plataforma teams, logrando una mayor comunicación interna entre colaboradores y jefes inmediatos.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

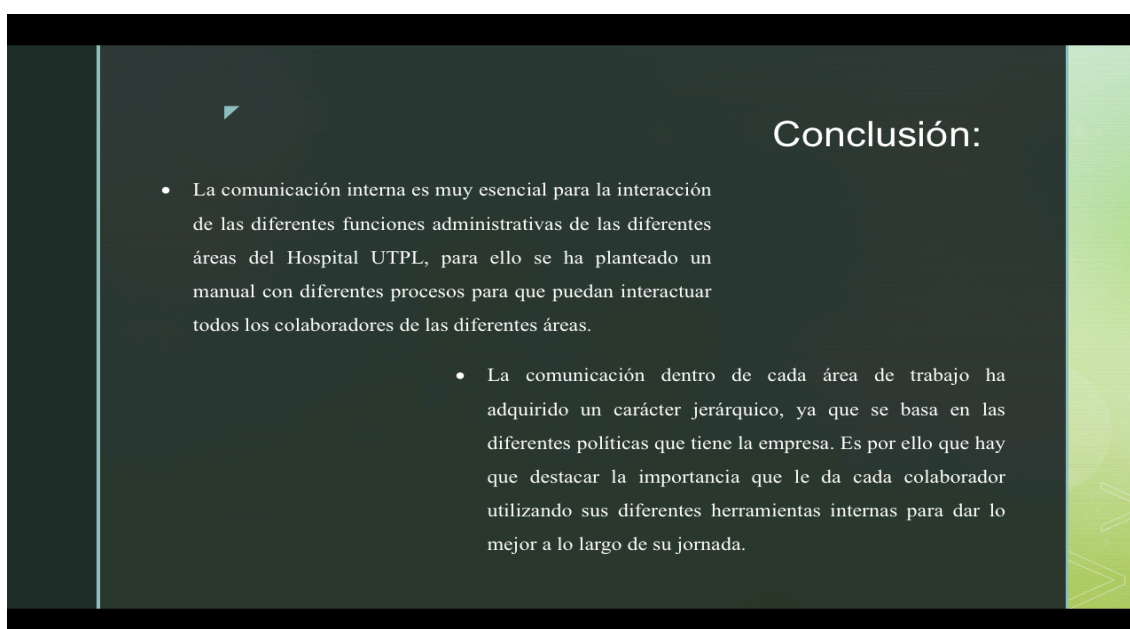
Figura 9: Material de socialización.



- Al estar la edad de los colaboradores entre los 26 y 33 años y los años de servicio entre 3 y 5 años, se recomienda realizar una actividad de resolución de conflictos, para que los diferentes colaboradores sepan como actuar ante un evento descontrolado con el cliente externo.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 10: Material de socialización.

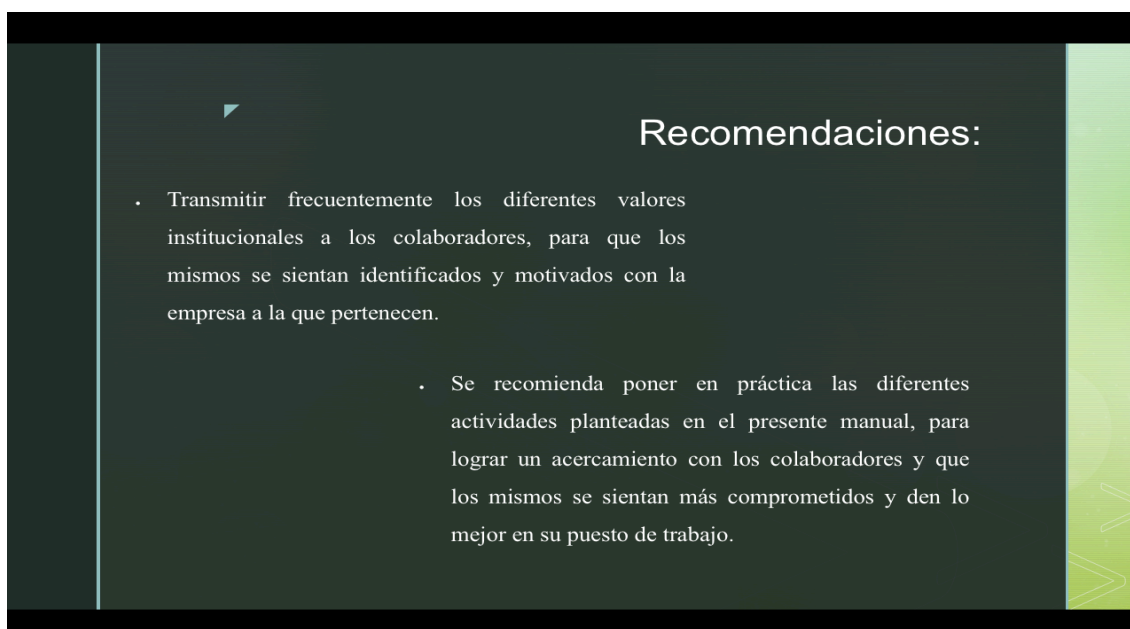


Conclusión:

- La comunicación interna es muy esencial para la interacción de las diferentes funciones administrativas de las diferentes áreas del Hospital UTPL, para ello se ha planteado un manual con diferentes procesos para que puedan interactuar todos los colaboradores de las diferentes áreas.
- La comunicación dentro de cada área de trabajo ha adquirido un carácter jerárquico, ya que se basa en las diferentes políticas que tiene la empresa. Es por ello que hay que destacar la importancia que le da cada colaborador utilizando sus diferentes herramientas internas para dar lo mejor a lo largo de su jornada.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 11: Material de socialización.

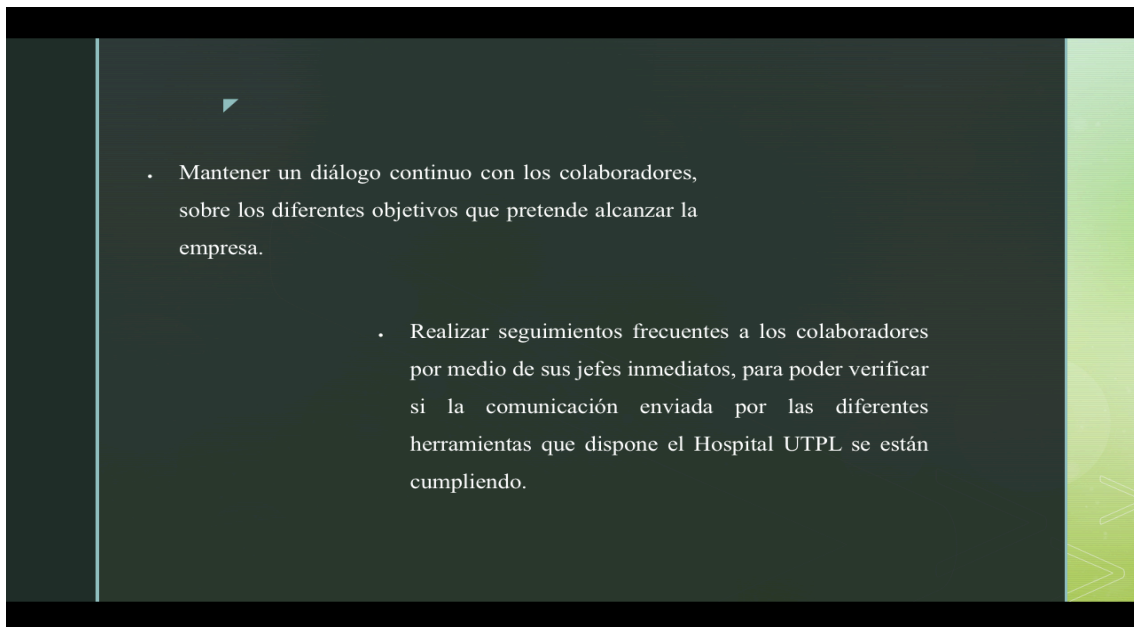


Recomendaciones:

- Transmitir frecuentemente los diferentes valores institucionales a los colaboradores, para que los mismos se sientan identificados y motivados con la empresa a la que pertenecen.
- Se recomienda poner en práctica las diferentes actividades planteadas en el presente manual, para lograr un acercamiento con los colaboradores y que los mismos se sientan más comprometidos y den lo mejor en su puesto de trabajo.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

*Figura 12: Material de socialización.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

## **10.8 ENTREGA DE RESULTADOS**

Los resultados de la propuesta de acción realizada para la empresa privada como lo es el Hospital UTPL de la ciudad de Loja, primeramente, se coordinó una cita in situ con la jefa del departamento de Talento Humano, para la socialización del presente proyecto, teniendo la aprobación de la misma para el día viernes, 27 de agosto del 2021 a las 11:00 am.

Es así como el día viernes de la fecha antes indicada se mantuvo una interacción amena con la jefa del departamento, donde se empezó a socializar el presente proyecto que ayudara a la mejora de los procesos de comunicación interna de los colaboradores del Hospital UTPL, dentro de las áreas administrativo, médico y operativo.

Exitosamente la propuesta de acción para dicha empresa fue aceptada de la mejor manera, mencionándome que dicho trabajo sería de gran ayuda para la empresa en cuanto al proceso de mejoramiento y actividades que se pueden desarrollar con las diferentes áreas del Hospital UTPL, así mismo me supo manifestar que le llamo mucho la atención las actividades propuestas y que serían tomadas en cuenta cuando empiecen las reuniones presenciales al cien por ciento ya que actualmente se está empezando con reuniones con un aforo del 50% de colaboradores.

Luego de una socialización de aproximadamente 20 minutos de duración se estableció una nueva fecha para la entrega física del proyecto, siendo el día lunes 30 de agosto del 2021 en horario de la mañana dicha entrega, así mismo la jefa del área se sintió muy agradecida por mi aporte a la institución.

Tengo que manifestar mi total gratitud a la empresa Hospital UTPL, ya que tuve las puertas abiertas para poder ingresar a los diferentes departamentos y poder elaborar una encuesta a los diferentes colaboradores de la institución, las misma que nos ayudó a realizar la presente propuesta de acción luego de realizar un análisis de los resultados obtenidos.



## 11 CONCLUSIONES

- Como toda organización, el Hospital UTPL posee políticas administrativas que impulsan el desarrollo de la comunicación interna. A través de la investigación cualitativa se pudo evidenciar que la planificación de comunicación es flexible, es decir se adaptan a las diferentes necesidades que tienen los colaboradores y el Hospital UTPL como tal. Estas políticas rezan en los manuales y reglamentos internos que la institución mantiene.
- El desarrollo del trabajo permitió observar los flujos y herramientas de comunicación que existen en el Hospital UTPL. Dentro de los canales de comunicación más utilizados por los jefes inmediatos y por los colaboradores son el correo electrónico, la herramienta de comunicación Teams, que permiten interactuar a los colaboradores de una forma fácil y rápida a los diferentes comunicados; y además, la investigación revela que también se utiliza como canal informal, el WhatsApp.
- A través de los resultados se evidencia que los procesos sobre la gestión de comunicación del Hospital UTPL, están dados a todos los colaboradores para que permitan una buena comunicación y evitar diferentes retrasos en los procesos internos y más aún generar un malestar a los clientes externos. Esta adaptación fue una condición urgente, en virtud de que, por la pandemia, se tuvo que hacer ajustes necesarios para continuar con las rutinas de trabajo.
- Uno de los objetivos principales de la investigación fue, proponer un plan de comunicación interna, con base a los resultados del diagnóstico. Frente a ello, en las páginas de este trabajo se hace constar una serie de estrategias y acciones pensadas con la finalidad de fortalecer las debilidades y activar los flujos de comunicación existentes. En este mismo sentido el personal directivo de la institución reconoce que se están trabajando día a día en procesos que coadyuven en el sentido de pertenencia del colaborador con la institución.

## 12 RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Hospital UTPL la difusión de todas las políticas que impulsan el desarrollo de la comunicación interna. Estas políticas pueden ser difundidas a través de los canales de comunicación formales que mantiene la institución.
- En virtud de que los canales utilizados por el público interno, son adecuados, según el número de colaboradores y actividades del hospital, se recomienda realizar actividades a través de los aplicativos que el hospital posee y que estas actividades animen a los colaboradores a hacer uso de las mismas.
- Se recomienda utilizar constantemente las herramientas de comunicación que dispone el Hospital UTPL ya que luego de un análisis cualitativo y cuantitativo se pudo evidenciar que no han tenido mayor acogida las carteleras, boletines informativos, manuales y folletos, ya que los mismos ayudaran a mejorar la comunicación interna de los colaboradores en las diferentes áreas.
- Se recomienda al Hospital UTPL revisar el Manual de Comunicación Interna diseñado para esta investigación en donde constan varias actividades que servirán para reforzar la comunicación entre colaboradores y jefes inmediatos, ya que en la actualidad las empresas están enfrentando nuevos desafíos sin precedentes para garantizar su continuidad en el mercado en tiempos de pandemia.

### 13 BIBLIOGRAFÍA

- Abril Freire, M. C. (2017). Comunicación interna . Obtenido de comunicación interna <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/25403>
- Alles, M. (2006). Desarrollo de Talento Humano basado en las competencias. B. A
- Andrade, H. (2005). Comunicación Organizacional. Spain: Cristina Saco.
- Beltrán, L. R. (2016). Un adios a Aristóteles "la comunicación horizontal". Obtenido de <https://spark.adobe.com/page/QXCRTwiiXFdeP/>
- Business, I. (2015). La nueva gestión del talento en las empresas. Obtenido de la nueva gestión del talento en las empresas: <https://www.youtube.com/watch?v=WmDCWxBZddU>
- Concha, D. G. (2020). La comunicación interna, horizontal, vertical, otras opoertu/ Obtenido de nuevos retos en la función directiva: [http://www2.escuelascaticas.es/formacion/documents/juridico\\_economico/jornadas%202011/la%20comunicacion%](http://www2.escuelascaticas.es/formacion/documents/juridico_economico/jornadas%202011/la%20comunicacion%20)
- Drucker, P. F. (2005). Peter Drucker, innovador maestro de la administración . Obtenido de facultad de ciencias económicas y administrativas : <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634344005.pdf>
- Educación, E. . (2012). La comunicación en la empresa .Obtenido de la comunicación en la empresa: cas.pdf
- Franco Loor, E. (2020). La comunicación interna como estrategia para mejorar la Atención al cliente en el hospital Teodoro Maldonado Carbo. Obtenido de estrategia para mejorar la atención al cliente en el hospital Teodoro Maldonado Carbo: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/>
- Gonzalez, M. (23 de septiembre de 2017). El pensamiento proyectual . Obtenido de dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5232285>
- Guillen, D. E. (Abril de 2019).Método fenomenológico hermenéutico. Obtenido de Fenomenológico:[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid)

- Humano, R. (s.f.). Organigrama institucional del Hospital UTPL .  
Hospital UTPL, Loja
- Humanos, R. (s.f.). Organigrama institucional . Hospital UTPL , Loja .
- Husserl, E. (1998). Escuela Fenomenológica.
- Husserl, E. (2017). Escuela Fenomenológica.
- Interna, C. (s.f.). La comunicación interna. Obtenido de la comunicación interna:  
<https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>
- Jimenez, J. G. (2002). La comunicación Interna . España : Diaz De Santos .
- León, F. R. (2006). Comunicación estratégica para las organizaciones .
- León, F. R. Comunicación estratégica para las organizaciones . Quito - Ecuador :  
"Quipus - Ciespal
- Loaiza, R. D., Ríos, C. E., Moreno, C. L., Cárdenas, W. B., & Moreno,  
M. A. (2015). Clima organizacional en un hospital público de Quindío  
Colombia. Obtenido de Clima organizacional en un hospital público  
de Quindío Colombia.:  
<https://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=25268910&AN=125614492&h=%2bhYzGHeWyDKwHBmG0I0fwE0eVMCexJDQ3Soy5a3Ypr8VDpXsgFPI2ioO56QixY%2ff8g%3d%3d&cr1=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLoc>
- Marchiori, M. (2007). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto  
De las organizaciones. En M. Marchiori, Comunicación interna.  
La Habana - Cuba .
- Maria Luisa Muriel, G. R. (1980). Comunicación Institucional . Spain .
- Marín, N. C. (2010). Promoción turística a través de los medios .  
Promoción turística a través de los medios.
- Marketing, C. . (2016). Breve checklist de comunicación interna. Obtenido de  
Marketing-XXI: <https://www.marketing-xxi.com/la-comunica/interna-119>
- Martín, J. I. (2013). El estrés en personal sanitario hospitalario  
:[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid)
- Mora, J. M. (2012). Diez claves para la comunicación. En J. M. Mora, Diez claves  
para la comunicación (pág. 740). España .

- Morales, F. (2012). Comunicación Interna . Mexico.
- Ocas Vigo, L. A. (2019). La Comunicación Interna y su relación con la calidad del servicio. Obtenido de La Comunicación Interna y su relación con servicio: <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3229>
- Oslrowiak, A. N. (2005). Comunicación Organizacional. Obtenido de Biblio: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49373.pdf>
- Packer, M. (2003). La investigación hermenéutica en el estudio de la conducta humana. Obtenido de la investigación hermenéutica en el estudio de la conducta humana:<https://www.psicologiacultural.org/Pdfs>
- Pérez, O. (2016). Gestión del talento humano en la empresa. Gestión del talento Humano en la empresa.
- Piñuel Raigada, J. (. (1997). Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones. .Madrid: Síntesis.
- Plaza, M. (2012). Metodologías Proyectuales . En B. Munari, metodologías proyectuales (pág. 01).
- Practicum, P. (2016). El método de observación como instrumento de análisis. Obtenido de El método de observación como instrumento: [https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el\\_m\\_todo\\_de\\_observaci\\_n.htm](https://www.ugr.es/~rescate/practicum/el_m_todo_de_observaci_n.htm)
- Rubio, T. F. (2008). Dirección y gestión en la empresa. En T. F. Rubio, Dirección y gestión en la empresa. España : pozuelo de alarcon 28223. Obtenido de comunicación interna:<https://books.google.com.ec/books?id=58mgFXs6jX8C&printsec=frontcover&dq=que+es+la+comunicación+interna+y+que+beneficios+tiene&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjIn5fAmvvnvAhXtHDQIHVdAeAQ6AEwAnoE>
- Sánchez, C. C. (2011). La comunicación en hospitales a nivel mundial. España-Sevilla.  
Obtenido de:Comunicación social s.c .
- Scheinsohn, D. (2011). Comunicación Estrategica .Buenos Aires -Mexico:GranicaS.A
- Sierra, M. (2016). El desarrollo de la Comunicación Corporativa y su influencia. Madrid : Clare Nimmo.

- Soler, N. (2016). Comunicación interna. Obtenido de Ventajas de la Comunicación/interninterna-en-empresas
- Sudamericano, I. T. (2019). Manual de procedimiento de titulación mediante Proyecto de investigación de fin de carrera. Loja .
- Tamayo, M. T. (2004). Investigación Científica . Mexico : Limusa S.A
- Tessi, M. (2012). Comunicación Interna .
- Torrecilla, J. M. (2012). La entrevista. En J. M. Torrecilla, La entrevista (pág. 6). Universitario. (2020). La metodología de investigación . Obtenido de la metodología de Investigación :<https://www.universia.net/mx/actualidad/habilidades/> Conceptos - fundamentales - metodologia - investigacion
- UTPL, H. (2013).Hospitalutpl. Obtenidode Hospitalutpl:<http://www.hospitalutpl.com/>
- Vasquez, F. (2010). La comunicaciòn en la construcciòn del mundo social .
- Vertice. (2008). Dirección y gestión de empresas. En Verice, C.I (pág. 8). España : Vertice .
- Yin, R. K. (2005). El circulo de la comunicación. En F. V. Madrid, El circulo de la comunicación (pág. 10). Madrid: Gesbiblo, S.I.
- Zylberdyk, Y. (20 de Abril de 2003). Herramientas de comunicación interna. Obtenido de Herramientas de comunicación interna: <https://www.gestiopolis.com/herramientas-comunicacion-interna-empresa/>

## **14 ANEXOS**

### **14.1 PRESUPUESTO**

#### **Recursos Humanos**

- Investigador: Jaime Miguel Obaco Chamba
- Director del proyecto de investigación: Ing. Karina Alexandra Castillo Castillo.

#### **Recursos materiales.**

- Empastado
- Anillado
- Hojas A4
- Copias
- Suministros de oficina
- Esferográfico
- Libreta de apuntes

#### **Recursos tecnológicos**

- Laptop
- Celular
- USB
- Impresora

#### **Servicios**

- Luz
- Internet

Tabla 23: Presupuesto general.

PRESUPUESTO				
RUBROS	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
RECURSO MATERIAL Y TECNOLÓGICO				
Matricula periodo extraordinario Jaime Obaco	Unidad	1	\$ 724,00	\$ 724,00
Mantenimiento de computadora portátil	Unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
USB	Unidad	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Impresiones	Hojas	300	\$ 0,25	\$ 75,00
Fotocopias	Hojas	60	\$ 0,50	\$ 30,00
Anillado	Unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Suministros de oficina	Unidad	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Empastado	Unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Internet (6 meses)	Mensual	6	\$ 22,00	\$ 132,00
SERVICIOS VARIOS				
Transporte	Unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Imprevistos	Varios	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Total egresos				\$ 1.283,00

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba



## 14.2 CRONOGRAMA

Tabla 24: Cronograma a seguir durante el proceso de titulación.

N°	Actividades	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Taller de investigación y formulación del proyecto de investigación de fin de carrera			X																					
2	Identificación del problema				X																				
3	Planteamiento del tema					X																			
4	Elaboración de la justificación						X																		
5	Planteamiento de objetivos generales y específicos							X																	
6	Elaboración del marco institucional y marco teórico								X																
7	Elaboración del diseño metodológico								X																
8	Determinar la muestra, recursos y bibliografía									X															
9	Presentación del ante proyecto al Vicerrectorado										X														
10	Aprobación de temas de proyectos de la investigación fin de carrera											X													
11	Desarrollo de investigación y propuesta de acción												X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
12	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador del proyecto de investigación																								X
13	Entrega de borradores de proyectos de titulación																								X

Fuente: Jaime Miguel Obaco Chamba

## 14.3 CERTIFICACIÓN DE APROBACIÓN – VICERRECTORADO



VICERRECTORADO ACADÉMICO

Loja, 07 de julio del 2021  
Of. N° 182-V-ISTS-2021

Sr. Obaco Chamba Jaime Miguel  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE TALENTO HUMANO DEL ISTS**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el proyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **“PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE PROMUEVA EL ADECUADO DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL HOSPITAL UTPL DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL AÑO 2021”**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Lic. María Dolores Arboleda Guerrero Mgs.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR ACADÉMICO DEL ISTS**  
c/c. Estudiante, Archivo



## 14.4 CERTIFICADO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO



Loja, 17 de mayo del 2021

Ing. Gabriela Valarezo

JEFE TALENTO HUMANO DEL HOSPITAL UTPL

Presente. -

De nuestra consideración:

Reciba usted un cordial y atento saludo de parte de quienes hacemos la carrera de Gestión del Talento Humano del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, así mismo permitanos llegar con deseos de éxito en las labores que usted muy acertadamente dirige.

En calidad de Directora de Titulación, he considerado oportuno plantear el tema denominado "PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE PROMUEVA EL ADECUADO DESEMPEÑO DE LOS COLABORADORES DEL HOSPITAL UTPL DE LA CIUDAD DE LOJA EN EL AÑO 2021", el que busca contribuir de manera directa a los procesos de gestión efectiva de uno de los recursos más importantes de la empresa como lo es el recurso humano y así mejorar la productividad de la institución y el buen desempeño de los colaboradores y trabajadores a su cargo.

Para la ejecución del proyecto antes mencionado se asignó al estudiante Jaime Miguel Obaco Chamba con C.I 1104656184, mismo que necesita de su previa autorización para el levantamiento de información, investigación in situ o virtual y socialización de la propuesta de acción en la entidad a la que usted direcciona y precede.

A la espera de su gentil atención y aprobación nos despedimos agradeciéndole de antemano su predisposición y colaboración para que la academia a través de la investigación contribuya al desarrollo y bienestar organizacional.

Atentamente,

Lic. María Dolores Arboleda G., Mgs.  
DIRECTORA DEL PROYECTO

Jaime Miguel Obaco Chamba  
ESTUDIANTE RESPONSABLE



## 14.5 CERTIFICADO DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO



### CERTIFICADO

A petición verbal del estudiante: Jaime Miguel Abaco Chamba con cédula de ciudadanía número: 1104656184.

### CERTIFICO

Que: El estudiante antes mencionado realizo la socialización del Manual del "Plan de comunicación interna que promueva el adecuado desempeño de los colaboradores del Hospital UTPL de la ciudad de Loja en el año 2021" realizado de manera presencial el día viernes 27 de agosto del 2021 de 11:00 am a 12:00 pm.

Adicionalmente puedo acotar que el trabajo presentado será analizado en próximas reuniones para poder implementarlo en la institución.

Es todo en cuanto puedo certificar en honor a la verdad pudiendo el interesado hacer uso de este documento como estime conveniente.

Loja, 27 de agosto del 2021

Atentamente

  
Ing. Gabriela Vatarezo  
Jefe de Talento Humano Hospital UTPL



[www.hospitalutpl.med.ec](http://www.hospitalutpl.med.ec)  
1 800 488 751

Síguenos en:

 @H\_UTPL

 0981182919

 /Hospital-UTPL

Hospital UTPL  
Leopoldo Palacios 164-26 entre Juan José Peña y Av. 24 de Mayo  
PBX: (593) 07 3952000 Celular: 0989125067

Centro de Especialidades Médicas  
Calles París y Zuloa Rodríguez  
PBX: (+593) 2610-063 Celular: 0989125341

## 14.6 ENCUESTA APLICADA



### **Encuesta académica para conocer los flujos y herramientas de comunicación interna que se ejecutan en el HUTPL**

La presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión acerca de las prácticas de comunicación interna que ejecuta el Hospital UTPL y destina a sus colaboradores. Esta encuesta es anónima, no tendrá ninguna repercusión en su situación laboral y le tomará solo 3 minutos realizarla.

El cuestionario se compone de 11 preguntas. Lea atentamente cada una de ellas, revise todas opciones y elija la alternativa que crea conveniente. Los resultados son netamente académicos.

**Sexo:**

- Femenino
- Masculino

**Edad:**

.....

**Tiempo de trabajo en el HUTPL**

.....

**Área en la que se desempeña:**

- Administración
- Médico
- Operativo

**1. ¿Cómo se informa de las actividades que se ejecutan en HUTPL?**

Por reuniones.

Por comentarios de mis compañeros.

Por comunicaciones enviadas desde RRHH.

Por información externa

Por información de mi jefe inmediato.

Por espacios físicos como carteleras, hojas volantes.

**2. ¿Seleccione los canales de comunicación y herramientas que existen en su organización?**

Mail

Reuniones informativas

Carteleras

Teléfono

Boletín Interno

Manuales

Videos

Folletos

Eventos: foros, capacitaciones

**3. ¿Qué canal de comunicación o herramienta utiliza para la comunicación de y entre sus compañeros? Solo temas del HUTPL, no personales.**

Mail

Plataforma interna

Reuniones informativas

Carteleras

Teléfono

Revista Interna (House Organ)

E-letters (Cartas electrónicas)

Newsletters

Manuales

Balances

Videos

Folletos

Eventos: foros, capacitaciones

**4. ¿Con que frecuencia revisa los comunicados internos de la empresa?**

**Diariamente**

**Semanalmente**

**Rara vez**

**Nunca**

**5 ¿Los comunicados son efectivos y claros de entender?**

• **Si**

• **No**

**6. ¿En comparación al año anterior, la comunicación interna en su área de trabajo ha mejorado?**

Definitivamente no

Probablemente no

Indeciso

Probablemente si

Definitivamente si

**7. ¿Considera que la comunicación interna con sus compañeros es efectiva?**

Definitivamente no

Probablemente no

Indeciso

Probablemente si

Definitivamente si

**8. ¿Cree usted que su jefe inmediato, envía los comunicados en tiempos oportunos?**

- Si
- No

**9. ¿Considera que la comunicación interna debería mejorar en su área laboral?**

- Si
- No

Si su respuesta es si, sobre que aspectos debería mejorar.....

**10. ¿Considera usted que Existe una buena comunicación entre los altos directivos y el grupo de colaboradores de su área?**

- Definitivamente no
- Probablemente no
- Indeciso
- Probablemente si
- Definitivamente si



## 14.7 ENTREVISTA APLICADA



### ENTREVISTA PARA DIRECTOR DE TALENTO HUMANO, COMUNICACIÓN, OPERACIONES.

Estimado colaborador del Hospital UTPL, se pide la colaboración para poder realizar la siguiente entrevista en la que se irán enumerando las siguientes preguntas. Esta entrevista no tendrá ninguna repercusión en su situación laboral y le tomará solo 10 minutos responderla.

1. Considera usted que los procesos de comunicación interna se adaptan a la empresa.
2. En su criterio, cuáles son los canales de comunicación más utilizados por los colaboradores. Por ejemplo: **Mail, Reuniones informativas, Carteleras, Teléfono, Boletín Interno, Manuales, Videos, Folletos, Eventos: foros, capacitaciones**
3. ¿Tiene alguna medición o evaluación de que esos son los canales de comunicación mejor utilizados?
4. ¿Qué tipo de información emite a través de estos canales?
5. Como usted siente que su equipo de trabajo percibe la información de la comunicación que usted les comparte.

## 14.8 PLAN DE SOCIALIZACIÓN

Tabla 25: Plan de Capacitación.

Fecha	Herramienta utilizada	Actividades	Objetivo	Contenido socializado	Día	Hora	Observaciones
27/08/2021	Diapositiva	Socialización de la propuesta de acción verbalmente con la jefa del área de Talento Humano	Proponer un conjunto de acciones para la mejora de la comunicación interna, a través de la elaboración de un plan, que permita mejorar los canales y herramientas de comunicación entre los clientes internos del Hospital UTPL	Propuesta de acción, beneficiario, manual, propuesta, actividades, conclusión, recomendaciones.	Viernes, 27 de agosto del 2021.	11:00 am	Ninguno/a

*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

## 14.9 CERTIFICADO DE ABSTRACT



CERTF. N° 018-KC-ISTS-2021  
Loja, 06 de octubre de 2021

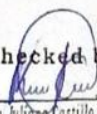
La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

### CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor estudiante **JAIME MIGUEL OBACO CHAMBA**, en proceso de titulación periodo abril – noviembre 2021 de la carrera de **TALENTO HUMANO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

*English is a piece of cake.*

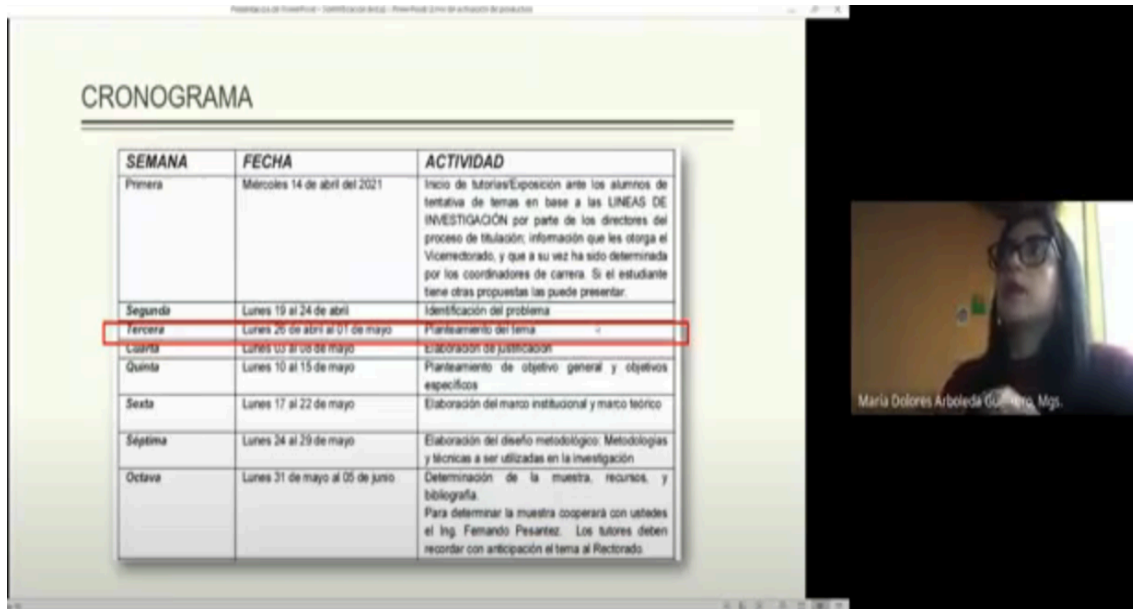
Checked by:  
  
Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
ENGLISH TEACHER

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

## 14.10 EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS DEL PROCESO

### FASE 1

Figura 13: Evidencia fotográfica

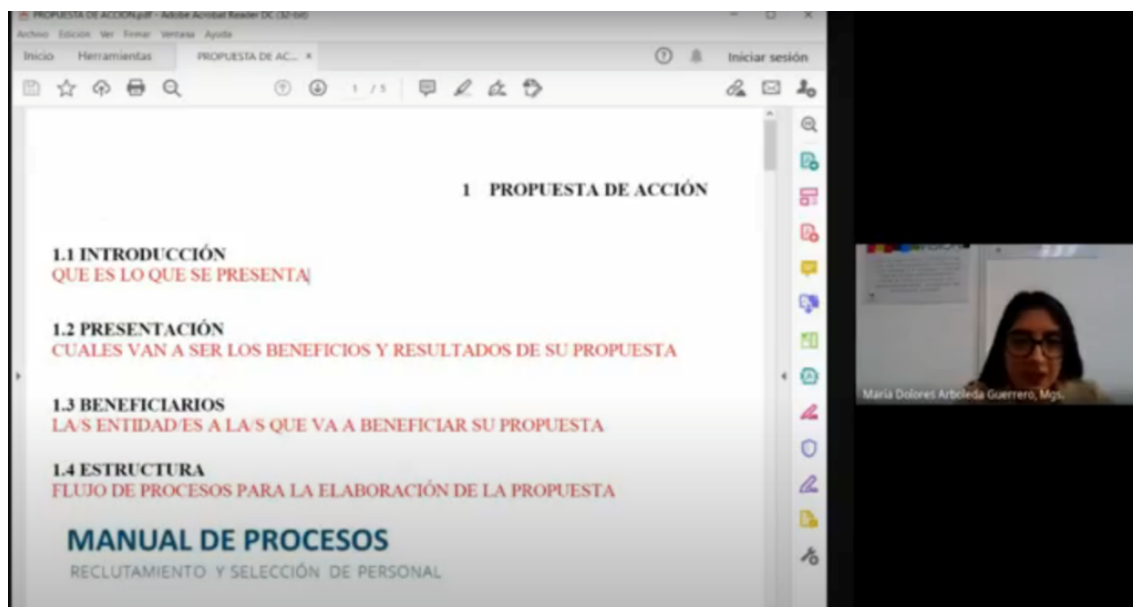


**CRONOGRAMA**

SEMANA	FECHA	ACTIVIDAD
Primera	Miércoles 14 de abril del 2021	Inicio de tutorías Exposición ante los alumnos de tentativas de temas en base a las LINEAS DE INVESTIGACIÓN por parte de los directores del proceso de titulación, información que les otorga el Vicerectorado, y que a su vez ha sido determinada por los coordinadores de carrera. Si el estudiante tiene otras propuestas las puede presentar.
Segunda	Lunes 19 al 24 de abril	Identificación del problema
Tercera	Lunes 26 de abril al 01 de mayo	Planeamiento del tema
Cuarta	Lunes 03 al 08 de mayo	Elaboración de justificación
Quinta	Lunes 10 al 15 de mayo	Planeamiento de objetivo general y objetivos específicos
Sexta	Lunes 17 al 22 de mayo	Elaboración del marco institucional y marco teórico
Séptima	Lunes 24 al 29 de mayo	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación
Octava	Lunes 31 de mayo al 05 de junio	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía. Para determinar la muestra cooperará con ustedes el Ing. Fernando Pesantez. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 14: Evidencia fotográfica



**1 PROPUESTA DE ACCIÓN**

**1.1 INTRODUCCIÓN**  
QUE ES LO QUE SE PRESENTA

**1.2 PRESENTACIÓN**  
CUALES VAN A SER LOS BENEFICIOS Y RESULTADOS DE SU PROPUESTA

**1.3 BENEFICIARIOS**  
LA S ENTIDAD ES A LA S QUE VA A BENEFICIAR SU PROPUESTA

**1.4 ESTRUCTURA**  
FLUJO DE PROCESOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

**MANUAL DE PROCESOS**  
RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE PERSONAL

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 15: Evidencia fotográfica

**Concepto**  
Es el elemento que se constituye en el motivo de la indagación con fines a brindar soluciones.

**Pasos a seguir**

- Caracterizarlo, definirlo, enmarcarlo teóricamente para que conduzca a soluciones.
- Establecer los límites de la investigación en cuanto a: alcance, espacio y tiempo.
- El alcance se refiere al tipo de investigación: estudio, propuesta, factibilidad, implementación; etc.
- El espacio se refiere al área geográfica y espacial.
- El tiempo hace referencia al periodo o lapso de ejecución.

**Estructura**  
-Debe ser redactado de forma clara, concreta y precisa.

**Ejemplos:**

- Estudio evaluativo de las causas y consecuencias de la contaminación de los ríos de la ciudad de Loja durante el año 2019.
- Propuesta gráfica para rediseñar la marca e imagen corporativa de la empresa Madelinea de la ciudad de Loja durante el año 2019.
- Implementación de una caja de ahorro y crédito para el personal que labora en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de la ciudad de Loja durante el año 2019.

Mariá Dolores Arboleda Guerrero, Mgs.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 16: Evidencia fotográfica

9. ¿La información proporcionada en la entrevista estaba acorde con la mencionada en el anuncio de trabajo? (Sí / No)

10. En caso de que no pudiera venir a nuestra oficina, ¿le ofrecieron la posibilidad de realizar la entrevista virtual? (Sí / No)

11. ¿Cuál es su evaluación de la(s) invitación(es) a la(s) entrevista(s)? (Muy satisfactorio / Satisfactorio / Insatisfactorio / Muy insatisfactorio)

Tenemos para ti esta otra plantilla de [encuesta de satisfacción de reclutamiento](#).

Jaime Miguel Obaco Chamba

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 17: Evidencia fotográfica

Presentación de PowerPoint - [Laboración de encuestas] - PowerPoint (Error de activación de productos)

**Concepto**

**Encuesta:** En un instrumento alineado con un procedimiento para recoger información de las personas que conforman la muestra de estudio.

**Entrevista:** Es un procedimiento por el cual se determina a personas estratégicas de nuestro campo de investigación para entablar un diálogo personal que busca aportes significativos y transmisión de experiencias.

**Pasos a seguir**

Revisar bibliografía, analizar herramientas y determinar las de utilidad para la investigación.

**Estructura**

Estos procesos no constan en el documento final del proyecto, porque son herramientas aplicadas; únicamente en anexos se colocan los formatos o modelos aplicados.

María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 18: Evidencia fotográfica

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL	ADMINISTRACIÓN EN TALENTO HUMANO <ul style="list-style-type: none"> <li>Planes</li> <li>Estrategias</li> <li>Comunicación</li> <li>Políticas y normativa interna</li> <li>Relaciones interpersonales</li> </ul>
COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO <ul style="list-style-type: none"> <li>Procesos</li> <li>Sistemas</li> <li>Expendimiento</li> <li>Propuestas (reacción)</li> <li>Plan de mejora (mejora)</li> <li>Standardización (optimización-ordenar)</li> </ul>
COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD	
PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN EN RIESGOS LABORALES	SEGURIDAD Y SALUD OCCUPACIONAL <ul style="list-style-type: none"> <li>Programas</li> <li>Ergonomía</li> <li>Bienestar laboral</li> </ul>
RIESGOS PSICO LABORALES	

María Dolores Arboleda Guerrero, Mgs.

Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba



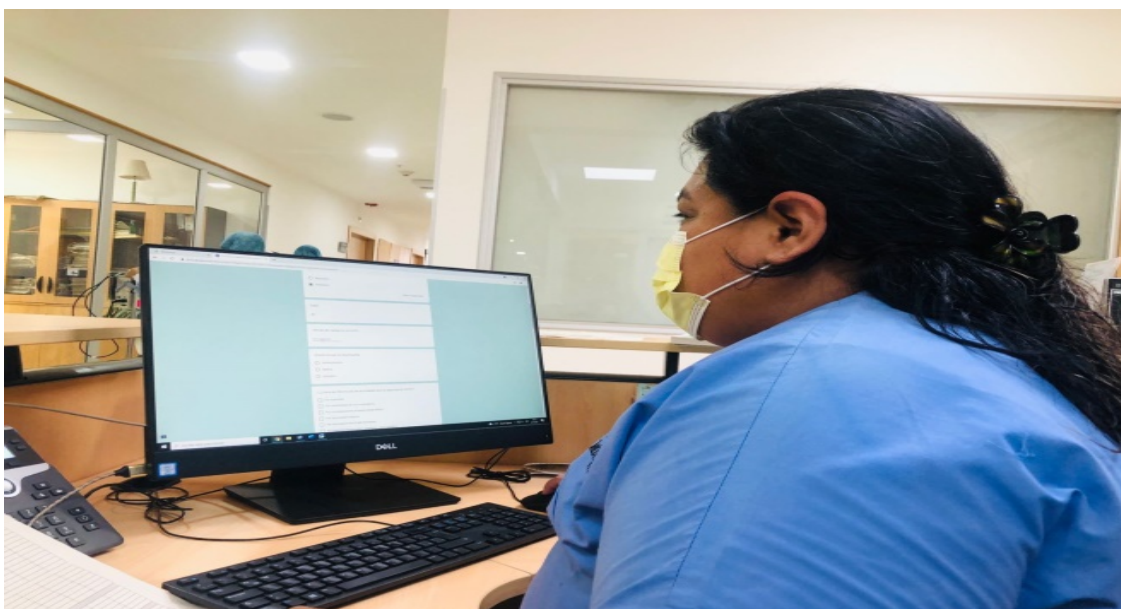
## FASE 2: ENCUESTA, ENTREVISTA, SOCIALIZACIÓN.

*Figura 19: Encuesta a Dra. Angie Merino.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 20: Encuesta a Dra. Yadira Gavilanes.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 21: Encuesta a colaboradora Deysi Jadan.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 22: Encuesta a colaborador Jorge Torres.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*



*Figura 23: Encuesta a colaborador Viviana Luzuriaga.*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 24: Encuesta a colaborador Cristian Herrera*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

Figura 25: Entrevista a Ing. Gina Briceño



Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

Figura 26: Entrevista a Ing. Jorge Torres



Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba

*Figura 27: Entrevista a Ing. Gabriela Valarezo*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*



## SOCIALIZACIÓN

*Figura 28: Evidencia fotográfica*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 29: Evidencia fotográfica*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 30: Evidencia fotográfica*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*

*Figura 31: Evidencia fotográfica*



*Autor: Jaime Miguel Obaco Chamba*