



TESIS

**“APLICACIÓN DE UNA AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN INTERNA, PARA
MEJORA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL SUR
CORPORATIVO”**

QUE PRESENTA

LCC. JUAN MANUEL POBLANO SERRANO

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS**

DIRECTORA DE TESIS

MTRA. MAYRA ADRIANA BRAVO ORGANIS

CONSULTANTES

DRA. CARMEN CHIRINOS GARCÍA

DRA. NEYSI PALMERO GÓMEZ

MC. AURORA REYES GALVÁN

CHILPANCINGO DE LOS BRAVO, GUERRERO. JULIO 2018.

ÍNDICE

introducción.....	5
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	7
1.1 Comunicación	7
<u>1.1.1</u> Comunicación interna	9
<u>1.2</u> Funciones de la comunicación interna.....	9
Tipos de comunicación interna	10
<u>1.2.1</u> Formal.....	10
<u>1.2.2</u> Informal.....	11
<u>1.2.3</u> Descendente.....	11
<u>1.2.4</u> Ascendente.....	11
<u>1.2.5</u> Horizontal.....	12
<u>1.3</u> Comunicación organizacional	12
<u>1.4</u> Cultura	13
<u>1.4.1</u> Cultura organizacional	13
<u>1.5</u> Clima organizacional.....	14
<u>1.5.1</u> Importancia de un clima organizacional positivo en las organizaciones	14
<u>1.6</u> Comportamiento organizacional.....	16
<u>1.6.1</u> Teorías del comportamiento organizacional	16
<u>1.7</u> Identidad	19
<u>1.8</u> Identidad corporativa	20
<u>1.9</u> Auditoría.....	21
<u>1.9.1</u> Auditoría de comunicación interna.....	21
<u>1.9.2</u> Perspectivas teóricas de las auditorías de la comunicación	22
<u>1.9.3</u> Objetivos de la auditoria en comunicación.....	23
CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL	25
<u>2.1</u> Contextualización.....	25
<u>2.2</u> Economía.....	25
<u>2.3</u> Turismo	25
<u>2.4</u> Seguridad.....	26
<u>2.5</u> Servicio públicos	26

2.6	Antecedentes historicos	26
2.6.1	La salud en méxico	26
2.6.2	Hospitales privados.....	27
2.7	Antecedentes historicos del hospital sur corporativo	27
2.8	Filosofía institucional del hsc.....	29
2.8.1	Misión	29
2.8.2	Visión	29
2.8.3	Valores.....	29
2.9	Política de calidad	30
2.10	Infraestructura	31
2.11	Características hospital sur corporativo	32
CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO		33
3.1	Planteamiento del problema	34
3.2	Pregunta de investigación	36
3.3	Objetivos	36
3.4	Premisa	36
3.5	Enfoque cualitativo	37
3.6	Diseño etnográfico	38
3.7	Método hipotético deductivo	38
3.8	Definiciones conceptuales	39
3.8.1	Comunicación interna	39
3.8.2	Clima organizacional.....	40
3.8.3	Variables	41
3.9	Técnicas de investigación	41
3.9.1	La observación participativa	41
3.9.2	Entrevistas a profundidad	44
3.9.3	Grupo de discusión	46
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS		48
4.1	Observación participante	48
4.1.1	Clima laboral.....	48
4.1.2	Comunicación jefe- empleado	49

4.1.3	Identidad	49
4.1.4	Infraestructura y herramientas de trabajo	50
4.2	Entrevistas a profundidad (jefes de área)	50
4.2.1	Cuadro de informantes, jefes de áreas a quienes se les realizó entrevista	51
4.2.3	Relación y comunicación jefe-empleado.....	52
4.2.4	Satisfacción y motivación.....	53
4.2.5	Infraestructura y herramienta de trabajo	53
4.2.6	Identidad	54
4.2.7	Preguntas extras.....	54
4.3	Entrevista (empleados del hsc).....	55
4.3.1	Cuadro de informantes de entrevista aplicado a diferentes áreas del hsc	55
4.3.2	Relación y comunicación jefe-empleado.....	56
4.3.3	Satisfacción y motivación	58
4.3.4	Infraestructura y herramientas de trabajo	59
4.3.5	Identidad	60
4.4	Grupo de discusión	60
4.4.1	Cuadro de informantes asistentes al grupo de discusión.....	61
4.4.2	Infraestructura y herramientas de trabajo	62
4.4.3	Clima laboral.....	63
4.4.4	Comunicación jefe directo- empleado.....	64
4.4.5	Identidad	65
	CONCLUSIONES	66
	RECOMENDACIONES.....	67
	BIBLIOGRAFÍA	68
	ANEXOS	71

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de investigación se analizará la importancia de tener una buena comunicación interna para la mejora del clima organizacional dentro del Hospital Sur Corporativo, al hablar de organizaciones se sabe que está compuesta por dos o más personas que comparten intereses similares, que interactúan entre sí para realizar de manera correcta las actividades que se llevan a cabo dentro de la organización, es de vital importancia que exista una buena relación laboral entre los integrantes de la organización para mantener un clima organizacional correcto. Dentro del Hospital no se le da la importancia necesaria a la manera en que se maneja la comunicación, si se le diera el grado de importancia que realmente se debe, sería un factor que ayudaría a mejorar en muchos aspectos la comunicación.

Se propone la aplicación de una auditoria de comunicación, con la cual se analizarán en profundidad rubros relacionados con el clima organizacional, dentro de los resultados que se esperan generar, se busca saber de qué manera se emiten los mensajes a los públicos internos, la relación que existe entre los jefes directos y empleados, el funcionamiento de los canales de comunicación que se utilizan y la manera en que son percibidos por los integrantes de la organización, de esta manera se determinará cuáles son los factores que conllevan al bueno o malo clima organizacional dentro del Hospital.

Con la ayuda de la aplicación de diferentes técnicas de investigación cualitativas que se llevarán a cabo de manera aleatoria a las diferentes áreas que integran el Hospital Sur Corporativo (recepción, enfermería, hospitalización, radiografía, limpieza, seguros, médicos y jefes de área) se busca saber cuáles son las causas que propician que no exista un buen clima organizacional dentro de la organización, todo esto sustentado por diferentes rubros relacionados al clima organizacional como son infraestructura y herramientas de trabajo, identidad y comunicación jefe directo-empleado.

Es muy importante para cualquier organización la implementación de una auditoría de comunicación ya que constituye una herramienta para impulsar el buen manejo de la información en la organización, de esta manera impulsa su crecimiento. Por medio de la auditoría se detecta la forma en que se le hace llegar a los públicos internos la información y los canales de comunicación utilizados.

Los resultados que se buscan generar mediante la aplicación de la auditoría de comunicación interna en el Hospital Sur Corporativo son los siguientes.

- Optimizar la comunicación jefe directo-empleado para mejorar clima organizacional del Hospital Sur Corporativo.
- Mejorar el servicio por parte de los trabajadores y médicos de hospital, hacia los pacientes y sus familiares.
- Implementar el uso de las nuevas tecnologías como herramientas de comunicación interna en el HSC.
- Mejorar los métodos y técnicas para el desarrollo del área de comunicación que se encuentra en el organigrama.

La auditoría interna es una función independiente de la evaluación, establecida dentro de una organización, para examinar y evaluar sus actividades como un servicio a la misma organización. Es un control cuyas funciones consisten en examinar y evaluar la adecuación y eficiencia de otros controles. (*Institute of Internal de Auditors (2001)*).

Con la ayuda de la auditoría interna en comunicación se espera resolver las problemáticas encontradas en el Hospital Sur Corporativo, dentro de las diferentes categorías que se presentaron en las actividades:

- Infraestructura y herramientas de trabajo
- Comunicación jefe directo-empleado
- Clima organizacional
- Identidad

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se muestran los conceptos teóricos que se desarrollan en esta investigación para el entendimiento de este proyecto.

El trabajo de investigación tiene como finalidad analizar los resultados de la aplicación de una auditoría de comunicación interna en el Hospital Sur Corporativo con el propósito de analizar la manera en que se trasmite la información en todos los niveles que la integran, con el objetivo de mantener un adecuado ambiente laboral dentro del Hospital Sur Corporativo.

1.1 Comunicación

El papel que juegan las comunicaciones en cualquier ámbito de la vida es muy importante, dentro de las organizaciones se ha vuelto indispensable para que la información que se requiere dar esté fluyendo y llegue rápidamente a las personas que esté destinada. Dentro del proceso de la comunicación es muy importante las tecnologías para hacer más efectiva la comunicación.

El autor Filho describe a la comunicación como “un acontecimiento, un encuentro feliz, el momento mágico entre dos intencionalidades, que se produce en el “roce de los cuerpos” (si tomamos palabras, canciones, ideas también como cuerpos); ella viene de la creación de un ambiente común en que los dos lados participan y extraen de su participación algo nuevo, inesperado, que no estaba en ninguno de ellos, y que altera el estatuto anterior de ambos, a pesar de mantenerse las diferencias individuales. Ella no funde dos personas en una sola, pues es imposible que el otro me vea a partir de mi interior, sino que es el hecho de participar ambos de un mismo y único mundo en el cual entran y que en ellos también entra” Marcondes Filho, (2004).

El autor manifiesta que la comunicación es una actividad o sentimiento que de igual manera puede adentrarse dentro de ti, que tiene un grado de interacción y de

interés por medio de las dos o más personas que están interactuando, menciona que la comunicación lleva a dos personas diferentes a un solo mundo.

En cambio el autor Paul Watzlawick (1991) expresa que la comunicación es el “conjunto de elementos en interacción en donde toda modificación de uno de ellos afecta las relaciones entre los otros elementos”, con lo cual quiere dar a entender que la comunicación es una vertiente que si se sigue por el mismo camino el tema que se aborda por ambas personas es un solo ente, pero en cambio si no va por el mismo camino puede crear una modificación de la idea y afecta sobre lo que se está abordando, es por ello que en las organizaciones se trate de establecer un panorama claro de lo que se quiere dar a entender para estar en la misma sintonía y de esta manera llegar a la conclusión deseada.

Por su parte el experto consultor en comunicación corporativa Joan Costa (2007) manifiesta "La Comunicación es casi más Importante que el mismo producto que se fabrica", lo que se quiere dar a entender es muy claro, ya que, el autor manifiesta que se le debe dar la importancia necesaria a la comunicación de igual manera que otros aspectos, sin comunicación nada existe.

1.1 Comunicación interna

La comunicación interna son actividades comunicacionales realizadas por los miembros internos de la organización, todo con el fin de mantener buenas relaciones entre sus integrantes, con el fin del logro de los objetivos que tiene planteada la organización, a través del uso de medios de comunicación que mantengan informados e integrado a sus miembros.

Marchiori (2008) expresa que la comunicación interna “posibilita el intercambio de informaciones vía comunicación, contribuyendo para la construcción del conocimiento, el cual es expresivo en las actitudes de las personas. Es fundamentalmente un proceso que engloba la comunicación administrativa, flujos, barreras, vehículos, redes formales e informales. Promueve, por lo tanto, la interacción social y fomenta la credibilidad, actuando en el sentido de mantener viva la identidad de una organización” Marchiori (2008, p. 213-214).

Dentro del Hospital Sur Corporativo sería importante llevar a cabo las principales funciones de la comunicación interna, ya que cuenta con algunas deficiencias en este rubro, es importante el trabajo en equipo para cumplir los objetivos, hacer que se respeten las políticas que existen dentro de la organización, ya que no se siguen a pie de la letra las normas y el reglamento, utilizar un lenguaje claro y preciso para que todos los integrantes entiendan el mensaje que se quiere dar a conocer, cumplir con las necesidades comunicativas y de información en aspectos internos, trabajar en que todos los integrantes del Hospital se sientan identificados con la organización, si alguno de los objetivos se llegaran a cumplir hacer saber y felicitar a todos por su trabajo ejercido, debe existir una plena libertad de expresión entre todos los sectores sin importar en que parte de la jerarquía se encuentran, es indispensable promover una buena comunicación entre todos los miembros de la organización con la creación de espacios de información, participación y opinión para que expresen su sentir y manejen inconformidades si existieran y con esto reducir algún tipo de conflicto si llegara a existir.

1.1.1 Funciones de la comunicación interna

El autor Lacasa, (2005), establece que la comunicación interna cuenta con tres funciones principales:

- La importancia del personal, conservar un trato entre el colaborador y la organización para que el colaborador se involucre y efectúe sus expectativas dentro de la organización, de modo que relacione el éxito personal con el éxito de la organización.

Si se aprovecha bien, el colaborador se sentirá apreciado e identificado con la organización; además se le hace un lugar en la misma. Se debe lograr que los colaboradores obtengan la mayor parte posible de la cultura que se maneja dentro de la organización, que es el conocimiento que tiene el colaborador de la organización en la que labora, cuanto más absorba de la cultura organizacional, mayor será el conocimiento de la organización.

- Cambio de actitudes, la forma de trabajar más frecuente en las organizaciones, en los últimos años, es la del cambio. La asociación de nuevas y novedosas tecnologías junto con la internacionalización de las organizaciones y de las nuevas economías, son los motivos más habituales, que exigen ese cambio constante por parte de los miembros de la organización. Por lo cual se debe tratar que los cambios no sean traumáticos o que lo sean lo menos posible.

- Incremento de la producción, se obtendrá mediante la transferencia de información operativa, y que se certifique que la información de la que tienen los colaboradores llegue de manera educada y sensibilice al personal en relación a los objetivos de la organización.

La comunicación interna debe proceder como un principio de relación o de unión de las personas hacia la obtención de resultados. La comunicación contribuirá a que la organización tenga una clara visión de la realidad actual en la que se localiza, y qué distancia se debe de recorrer para conseguir la situación deseada. La comunicación interna intenta hacer del conocimiento de los colaboradores lo que piensan los directivos de la organización, que estos a su vez, también identifiquen el pensamiento de los colaboradores, y que se conozcan entre sí. En la organización presente, es de suma importancia hacer llegar la suficiente información a los colaboradores para que se sientan involucrados en los diferentes proyectos y contar con su opinión. El compromiso de iniciar y conservar una buena comunicación, incurre en los directivos de la organización.

1.2 Tipos de comunicación interna

1.2.1 Formal

Este tipo de comunicación dentro de las organizaciones se lleva de manera formal y puntual al público internos, por medio del uso de canales de comunicación con los que cuenta cada organización. Se realiza por medio de reuniones, congresos, memorándums, toda la información otorgada viene de fuentes confiables.

“En cualquier organización o grupo, la comunicación formal tiene cuatro funciones centrales: controlar, motivar, expresar emociones e informar (Robbins, 2004).

1.2.2 Informal

“La comunicación informal es el intercambio de información que se establece entre las persona de la organización, independiente de los puestos que ocupan en ella. Sin seguir canales establecidos formalmente y cuando se tocan elementos de trabajo sin tener la legitimidad de las autoridades correspondientes en esa área” (Martínez de Velasco y Nosnik 2003:58).

La comunicación informal como su nombre lo dice es el tipo de contenido que se les otorga a los integrantes de la organización pero que no viene de fuentes confiables, este tipo de comunicación en ciertas ocasiones genera un grado de confusión en las persona ya que, se manejan diferentes tipos de versiones sobre la misma información. La información proporcionada de este tipo tiende a convertirse en rumores o chismes que deterioran la información y esto a su vez perjudica no solo a las personas si no de igual manera a la organización.

1.2.3 Descendente

En la comunicación descendente toda la información que se quiere proporcionar al personal siempre viene de la dirección o gerencia hacia los integrantes de la organización, como su nombre lo dice viene de la parte más alta de la organización y desciende hacia los empleados.

La comunicación descendente es de suma importancia dentro de la organización, ya que por medio de la actitud de los gerentes los subordinados van a formarse una conducta. Los gerentes deben dar órdenes e instrucciones de cómo va a realizar las actividades, para que se realicen satisfactoriamente. (Arthur Sherman 1977).

1.2.4 Ascendente

En la comunicación ascendente toda la información que se quiere dar a entender en la organización no es por orden jerárquico si no que, se maneja de la parte del personal hacia la alta gerencia, es lo contrario a la comunicación descendente.

“Es la que va del subordinado hacia los superiores. El principal beneficio de este tipo de comunicación es el ser el canal por el cual la administración conoce las opiniones de los subordinados” (Martínez de Velasco y Nosnik 2003:23).

Cabe mencionar que estos autores manifiestan que el tener una comunicación descendente dentro de una organización es bueno ya que, ayuda a la mejora del clima organizacional porque se toman las decisiones entre todos los integrantes y se le da mayor grado de importancia a todo el personal por lo cual se mejora el conocimiento de los subordinados.

1.2.5 Horizontal

El objetivo primordial es “promover un canal de coordinación y solución de problemas (evitando tener que llegar a consultar un superior común, con la lentitud que esto acarrearía) además brinda relacionarse con personas similares en la organización”. (Martínez de Velasco y Nosnik 2003:56).

Este tipo de comunicación se da cuando los departamentos que integran a la organización funcionan trabajando en equipo, es cuando los departamentos se apoyan uno al otro para que realicen de manera precisa sus actividades, es importante mencionar que este tipo de comunicación facilita la comunicación entre los jefes y sus subordinados.

1.3 Comunicación organizacional

El autor Horacio Andrade menciona que la comunicación organizacional se divide en 3 etapas:

Primero como un “proceso social desde esta etapa la describe como un conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y sus diferentes públicos externos”. En segundo término describe a la organización social como “una disciplina y manifiesta “es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre éstas y sus medios”. Y por último describe a la comunicación organizacional como un “conjunto de técnicas y actividades, que plantea que los conocimientos generados a través del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno” (Andrade, H: 2005). El autor plantea de la mejor manera que la comunicación dentro de las

organizaciones es un proceso social en el cual las personas interactúan entre sí, habla sobre la manera en que los miembros de la organización se comunican y cuáles son los medios que utilizan para llevar a cabo este proceso y de esta manera facilitar la comunicación entre los públicos que la integran.

1.4 Cultura

Edward T. Hall (1998) propone que “la cultura es como un iceberg, ya que la cultura engloba a la conducta, creencias y valores de nuestra propia cultura, en si la cultura interna determina o motiva nuestra conducta cultural por enfocarse más a los sentimientos y a las ideas y la cultura externa es la que interactúa y tiene conflictos con nuestra propia cultura y puede ser adquirida a través de la observación, educación o de la instrucción, esta es fácil de aprender y de cambiar por ejemplo las costumbres, comida y lenguaje”.(Gary Weaver R., cultura comunicación y conflicto, Estados Unidos. 1998, p. 73)

1.4.1 Cultura organizacional

El clima organizacional ejerce una significativa influencia en la cultura de la organización. Esta comprende el patrón general de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización. Los miembros de la organización determinan en gran parte su cultura y, en este sentido, el clima organizacional ejerce una influencia directa, porque las percepciones de los individuos determinan sustancialmente las creencias, mitos, conductas y valores que conforman la cultura de la organización. La cultura en general abarca un sistema de significados compartidos por una gran parte de los miembros de una organización que los distinguen de otras. (López Níco 2006).

Es muy importante dentro de las organizaciones mantener una buena cultura organizacional ya que por medio de ella se crean expectativas buenas (si la cultura es buena) y malas (si la cultura es mala). Depende mucho en este caso de la alta gerencia mantener un buen patrón de conductas, creencias y valores que inculquen a los integrantes cual es la filosofía institucional que rige a la organización y hacia dónde va orientada.

Por su parte Robbins (1996) hace un análisis de las funciones que la cultura desempeña dentro de una organización y presenta una serie de ventajas e inconvenientes, él considera que la cultura tiene un papel limitante y que conlleva a un sentido de identidad para los miembros, facilita la generación de compromiso con algo más que el interés personal del individuo, mejora la estabilidad del sistema social y ayuda a mantener unida a la organización.

1.5 Clima organizacional

Los autores Koys y decottis (1991) señalan que “estudiar los climas en las organizaciones ha sido difícil debido a que se trata de un fenómeno complejo y con múltiples niveles; sin embargo, se ha producido un avance considerable en cuanto al concepto de clima como constructo”.

En el trabajo de estos autores mencionan que existen 2 tipos de clima, el psicológico y el organizacional. El primero se estudia a nivel individual, mientras que el segundo se estudia a nivel organizacional (Koys y decottis 1991).

Es muy cierto que se deben medir en los dos aspectos del clima organizacional, aunque a mi punto de vista creo, que primero se debe de mantener un buen clima laboral entre los miembros para que de esta manera se procrea un buen clima dentro de la organización y esta hable por sí misma. Una buena organización con un buen clima organizacional avanza correctamente hacia el cumplimiento de las metas que tiene previstas.

El clima organizacional son las descripciones individuales del marco social o contextual del cual forma parte la persona, son percepciones compartidas de políticas, prácticas y procedimientos organizacionales, de tanto formales como informales. (Rousseau 1988 y Schineider y Reichers 1983).

1.5.1 Importancia de un clima organizacional positivo en las organizaciones

Para que las organizaciones funcionen eficientemente es de suma importancia que prevalezca un clima laboral de armonía, por lo que se deben considerar los aspectos psicológicos que afectan el desempeño de los trabajadores en su conducta o comportamiento y está relacionado de manera directa con las

percepciones que el trabajador percibe en su centro en trabajo, e implica también la relación con su entorno laboral y con el medio ambiente.

El comportamiento organizacional, según Robbins (2004) es el campo de estudio que investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos para mejorar la eficiencia de las organizaciones.

Molina (2011) menciona que el comportamiento organizacional es el factor del cual se deriva el clima laboral. El comportamiento organizacional, implica los siguientes aspectos; estructura organizacional, motivación, compromiso organizacional, poder, comunicación, trabajo en equipo y clima organizacional.

Schermerhorn (2004) y Chiavenato (2009) definieron el comportamiento organizacional como el estudio de las personas y los grupos que actúan en las organizaciones, mostrando la interacción entre las personas y las organizaciones.

El comportamiento organizacional se refiere a las acciones de las personas que trabajan en las organizaciones, las cuales se relacionan con el comportamiento de los grupos incluyendo temas como normas, funciones, formación de equipos y manejo de conflictos.

Las principales características del comportamiento organizacional son:

- Es una disciplina científica aplicada que se encuentra ligado a cuestiones prácticas y su objeto es ayudar a las personas y a las organizaciones a alcanzar niveles de desempeño más elevados.
- Se enfoca en las contingencias al identificar diferentes situaciones de la organización para poder manejarlas y obtener el máximo provecho.
- Utiliza métodos científicos al formular hipótesis y generalizaciones sobre la dinámica del comportamiento en las organizaciones y se encarga de comprobarlas empíricamente.
- Está íntimamente relacionado con diversas áreas de estudio como por ejemplo la teoría de las organizaciones, el desarrollo organizacional y la administración de personas o recursos humanos.

1.6 Comportamiento organizacional

El comportamiento organizacional es un campo de estudio. Esta declaración significa que es una especialidad delimitada y con un conjunto común de conocimientos. Estudia tres determinantes del comportamiento en las organizaciones: individuos, grupos y estructuras. Además aplica el conocimiento obtenido acerca de los individuos, los grupos y el efecto de la estructura en la conducta, con el fin de que las organizaciones funcionen mejor.

Para definir el comportamiento organizacional se ocupa del estudio de lo que hace la gente en una organización y cómo repercute esta conducta en el desempeño de la organización. (Stephen P. (2004).

Toda la actividad que se genera por medio de los miembros de la organización tiene que ver con la empresa por esa razón es importante que se tenga un buen comportamiento organizacional para que este no afecte en nada y al contrario se hable bien de la organización. Se necesita la suma de todos los componentes de la organización para que se vaya por el camino correcto y se cumplan los objetivos.

1.6.1 Teorías del comportamiento organizacional

1.6.1.1 Teoría clásica

El sociólogo Max Weber comentaba que toda “organización dirigida a alcanzar metas, y compuesta por miles de individuos, requería un estrecho control de sus actividades, desarrolló una teoría de la administración de burocracias que subrayaba la necesidad de una jerarquía definida en términos muy estrictos y regida por reglamentos y líneas de autoridad definidos con toda claridad. Consideraba que la organización ideal era una burocracia con actividades y objetivos establecidos mediante un razonamiento profundo y con una división del trabajo detallada explícitamente”

Esta teoría habla claramente que dentro de una organización se necesita de un trabajo colectivo para que se realicen de manera efectiva las actividades que cada

uno tiene asignadas. De igual manera se debe definir la autoridad y la responsabilidad que cada miembro tiene, cada jefe de área debe supervisar a sus subalternos para verificar el cumplimiento de las obligaciones que se le otorgan por medio de planes, programas y tareas.

1.6.1.2 Teoría humanista

Maslow (1953) habla de esta teoría la cual “trata de una jerarquía de necesidades y factores que motivan a las personas; esta jerarquía identifica cinco categorías de necesidades y considera un orden jerárquico ascendente de acuerdo a su importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. Es así como a medida que el hombre va satisfaciendo sus necesidades surgen otras que cambian o modifican el comportamiento del mismo; considerando que solo cuando una necesidad está “razonablemente” satisfecha, se disparará una nueva necesidad (Quintero; J; 2007:).

Es importante recalcar el autor Maslow en sus escritos manifiesta la creación de una pirámide que jerarquiza las necesidades de las personas dentro de las organizaciones, menciona en parte que se deben cubrir la necesidades fisiológicas, seguridad, afiliación, reconocimiento y de autorrealización, todo con el fin de que en todos los aspectos a nivel personal se sientan satisfechos y de esta manera no habrá impedimento para el cumplimiento de sus actividades.

Po su parte Carl Rogers habla del “método terapéutico, la terapia centrada en el cliente, o terapia no directiva, parte de la hipótesis central de que el individuo posee en sí mismo medios para la auto comprensión y para el cambio del concepto de sí mismo, de las actitudes y del comportamiento auto dirigido”.

En esta teoría se aborda que cada persona es libre de auto dirigirse de reconocer el potencial que tiene y de aceptar las responsabilidades que se le presenten, todo controlado y supervisado por un superior que le ayuda a cumplir los objetivos.

Es muy importante mencionar el liderazgo y las relaciones de las personas dentro de las organizaciones, de igual manera verificar el tipo de relación que establece el individuo con los grupos que lo rodean.

1.6.1.3 Teoría de sistemas

La teoría de los sistemas presenta a las organizaciones de manera compleja, dando importancia a factores estructurales de una organización, funcionales, sociales y psicológicos considerando a la vez la interrelación con el entorno. Horacio Andrade define a un sistema como “un conjunto de elementos entre sí que constituyen un todo organizado, donde el resultado es mayor que la suma de sus partes. (Sandoval Téllez, 2004).

Esta teoría aborda que la organización es muy grande y es muy amplia para determinar a cada uno de los integrantes, es por ello que se habla que está compuesta por partes independientes que no se van a poder comprender en su totalidad, todos los departamentos deben intercambiar información, materiales y productos con el entorno que los rodea.

1.6.1.4 Teoría de la contingencia

Pfeffer (1950) considera que la Teoría de la Contingencia “concibe a las organizaciones como cajas negras, pues ignoran los procesos internos de toma de decisiones. La racionalidad del comportamiento organizativo se explica por las condiciones de contexto sin considerar los micros comportamientos que se producen en el seno interno de las firmas. De un modo análogo al conductismo, esta perspectiva analiza las causas ambientales de los nacimientos, reproducción, respuestas y muerte de las poblaciones organizativas, desconociendo los procesos de organización social vistos desde una perspectiva individual de análisis”

En cambio Burns y Stalker (1963) “han trazado una relación entre la conducta de las variables externas, definidas como estabilidad, cambio e imperceptibilidad, con los procesos de dirección internos de una organización, basados en la

naturaleza de las tareas, los estilos de organización interna, la naturaleza de la autoridad, los sistemas de comunicaciones y el nivel de compromiso del personal”.

Basados en esta definición se conciben dos modelos organizativos cuya conducta y conformación es de una alta compatibilidad con el comportamiento de su entorno:

- Las organizaciones mecánicas, caracterizadas por la rigidez de estilo burocrático, cuyo desempeño es eficaz en entornos predecibles de un alto nivel de estabilidad en la conducta de sus variables.
- Las estructuras orgánicas, definidas en su flexibilidad, mejor adaptadas para enfrentar a los entornos altamente complejos y cambiantes.

1.7 Identidad

La identidad se desarrolla dentro de pautas culturales e históricas, tradicionales o no, dentro de dinámicas de conflicto, con un período evolutivo propio y con un pasado y un futuro, con un conjunto de significaciones y representaciones que son relativamente permanentes. Es decir, la identidad no es fija ni estática, “cambia, se transforma, guardando siempre un núcleo fundamental que permite el reconocimiento de sí mismo colectivo y del yo en nosotros”.

Está entre lo individual y lo social y no se puede separar individuo de grupo; no se puede hablar de cambio o progreso individual sin hablar de cambio social y es por ello que las crisis de identidad individual y las crisis en el desarrollo histórico generalmente están unidas y contribuyen a explicarse mutuamente. (Montero, 1987:77).

La identidad son las series de atributos y valores que cualquier empresa o individuo posee, la identificación legal como el nombre de la empresa, su logotipo, su simbología gráfica, giro comercial, tipo de personas que adquieren sus productos y servicios, todo esto haciendo referencia a los diferentes elementos que utilizan para distinguirse del resto de la competencia, la identidad de una empresa es la percepción que tiene el público de ellas, por medio de la entidad

cromática que la distingue (color que utilizan), sus logotipos ,su slogan y los uniformes que manejan sus empleados, es por ello que la identidad es la manera en que el público puede identificar y diferenciar a una empresa de otra, cabe mencionar que el autor Joan Costa maneja que “la identidad de la empresa no son solo los rasgos físicos, no es solo lo que se ve, que también la identidad la conforman rasgos internos como son los valores, la misión y la visión, es bueno resaltar que también es muy importante la arquitectura de la empresa, que su estilo sea único y supervisar que haya una excelente comunicación e interacción entre los clientes y representantes del público, de la misma forma una buena comunicación entre los representantes de la empresa con sus empleados”. (Costa, J. 2006).

1.8 Identidad corporativa

Dutton y Dukerich (1991), definen a la identidad corporativa como aquello que sus miembros creen que es el carácter de la organización, mientras que Capriotti (1999) la define como la personalidad de la organización y Villafañe (1999) considera que la Identidad Corporativa es el “ser” de la organización.

De esta manera Capriotti (2009) define a la identidad Corporativa como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se auto identifica (a nivel introspectivo) y se auto diferencia (de las otras organizaciones de su entorno)”. capriotti 2009).

La identidad corporativa está diseñada para tener un efecto total positivo en la imagen corporativa, una meta de la identidad corporativa es causar impacto en el público, después renovarse para seguir haciéndolo y todo causando un efecto positivo de la empresa.

La manera en la que influye una buena identidad corporativa en el mercado y el seguir manteniendo esta imagen bien posicionada es un paso indispensable para que las organizaciones tengan éxito frente a la competencia.

1.9 Auditoría

Putman, Garrido y Costa (2005) describen a la auditoría como “un método de diagnóstico del funcionamiento comunicacional de la empresa”. Este método de diagnóstico tiene como objetivos la indagación y reconocimiento de los procesos integrado de comunicación que ocurren en la organización al momento de actuar sobre ella, lo que desde un ángulo general ocurre desde la perspectiva de su reconocimiento, análisis de la gestión y procesos de planeación.

1.9.1 Auditoría de comunicación interna

La auditoría de la comunicación organizacional se ha definido como un proceso de diagnóstico que tiene como propósito examinar y mejorar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa de una organización en todos sus niveles (Downs, 1988; Hamilton, 1987).

La primera dimensión de una auditoría es la evaluación del sistema y de las prácticas de comunicación de una organización tanto a nivel macro como micro. Al nivel macro la auditoría evalúa la estructura formal e informal de la comunicación, la comunicación interdepartamental, y la comunicación con los sistemas externos que impactan a la organización. Al nivel micro evalúa las prácticas de comunicación interpersonal y grupal en sus diferentes niveles.

Con la ayuda de la auditoría en comunicación se busca examinar dentro del hospital toda la producción comunicacional con las que se cuenta, los canales de comunicación que utilizan y el tipo de información que manejan diariamente (formal o informal). De igual manera por medio de una auditoría de la comunicación puede evaluar también las formas de distorsión sistemática de la comunicación que generan las estructuras de poder de una organización.

La auditoría de comunicación es una herramienta imprescindible en el proceso interno de la empresa. Sus resultados aportarán luz a las distintas informaciones que existen sobre la organización y determinarán la validez de los canales de comunicación utilizados por la misma hasta el momento.

1.9.2. Perspectivas teóricas de las auditorías de la comunicación

Las auditorías de la comunicación organizacional pueden concebirse y realizarse desde perspectivas conceptuales diferentes. Las tres más conocidas en Estados Unidos son la funcionalista, la interpretativa y la crítica.

1.9.2.1 Perspectiva funcionalista

Los autores Danniels and Spiker, (1991) menciona que esta perspectiva “concibe a las organizaciones como «máquinas» u «objetos» que pueden ser estudiados con los conceptos y métodos tradicionales de las ciencias sociales”, este tipo de perspectiva es un proceso de diagnóstico por medio la persona que audita a la organización (auditor) se encarga y asume la responsabilidad del proceso de diagnóstico que se está llevando a cabo y la conducción del mismo.

Para la perspectiva funcionalista el principal objetivo de una auditoria es detectar y corregir todos los problemas encontrados en aspectos de comunicación que están impidiendo la producción de la información y la eficiencia esperada por la organización, es importante que los mensajes fluyan de manera correcta para que no exista ningún problema al momento que la organización quiere dar un mensaje a sus publico internos.

1.9.2.2 Perspectiva interpretativa

En este caso el autores Pacanowsky and O'Donnell-Trujillo (1981) manifiestan que la perspectiva interpretativa “ve a las organizaciones como culturas”.

Las organizaciones, como las culturas poseen un conjunto de creencias y valores, y un lenguaje que se reflejan en los símbolos, los ritos, las metáforas, las historietas, en el sistema de relaciones y en el contenido de las conversaciones. Por eso para el interpretativista la organización es un fenómeno más bien subjetivo que objetivo por ser una realidad socialmente construida mediante la comunicación (Putman, 1982).

En este caso esta perspectiva se centra más en la manera en la que se elaboran y desarrollan los mensajes que se quieren dar a conocer, cuales son los canales

utilizados y la manera en que son examinados e interpretados por el personal, en esta perspectiva está el más entender que cambiar las prácticas comunicacionales de la organización.

1.9.2.3 Perspectiva crítica

La perspectiva crítica se centra en el estudio de cómo las prácticas de comunicación organizacional son sistemáticamente distorsionadas (Habermas, 1979) para servir a los intereses de quienes están en una posición de poder dentro de la organización (Deetz, 1982; Mumby, 1987).

El objetivo del investigador crítico es descubrir primero qué prácticas comunicativas están siendo sistemáticamente distorsionadas a través del uso del lenguaje (retórica organizacional) y de los símbolos; segundo, desenmascarar los intereses creados que sirven; y tercero, crear una conciencia que rechace toda forma de dominación y opresión dentro de la organización.

1.9.3 Objetivos de la auditoria en comunicación

Las auditorias de la comunicación tienen diferentes objetos dependiendo de la perspectiva que adopten.

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS
Funcionalista	<ul style="list-style-type: none"> • evaluar estructura formal e informal del sistema de comunicación y de los canales de comunicación. • Evaluar los procesos de comunicación a nivel interpersonal, grupal, departamental e interdepartamental • Evaluar los procesos de comunicación externa de la organización con entidades públicas y privadas • Evaluar el papel y la necesidad de la tecnología de la comunicación. • Evaluar el impacto que tiene los procesos de comunicación en la satisfacción del trabajo. • Promover cambios en el sistema interno y externo de la

	comunicación con el propósito de tener una organización más efectiva y eficiente.
Interpretativista	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el papel de la comunicación en la creación, mantenimiento y desarrollo de la cultura de una organización. • Evaluar el significado y contenido de las producciones comunicacionales (conversaciones, historietas, ritos, símbolos y artefactos organizacionales). • Evaluar los procesos de creación y desarrollo de los procesos comunicacionales. • Entender la vida y el proceso de comunicación desde la perspectiva de los miembros de la organización.
Critica	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar los procesos de distorsión de las diferentes formas de comunicación en la organización. • Evaluar las técnicas manipulativas de la comunicación • Evaluar los intereses creados que sirven en los procesos de distorsión de la comunicación • Promover los cambios necesarios en las prácticas de comunicación para eliminar toda forma de opresión y manipulación que existe en la organización.

Estos son los objetivos que cada una de las auditorias tiene, todo con el fin de mejorar las condiciones de los trabajadores, por medio de una efectiva y eficaz comunicación entre los miembros de la organización, con el fin del mejoramiento comunicacional y empresarial de la organización. Las dos primeras auditorias son las más utilizadas por auditores en Estados Unidos, la tercera es la que no se utiliza.

CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL

2.1 Contextualización

La ciudad de Chilpancingo, conforme al segundo Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de 2010, el municipio de Chilpancingo de los Bravo contaba hasta ese año con un total de 241.717 habitantes, de los cuales, 102.055 eran hombres y 112.164 eran mujeres, representando el 77 por ciento de la población municipal, además de ser la septuagésima sexta ciudad más poblada del país. Está localizada a solo 220 km de la Ciudad de México y se localiza a una altitud de 1 253 msnm, es uno de los 81 municipios que conforman el estado de Guerrero, ubicado al sur del país. Forma parte de la región Centro y es la capital del estado.

2.2 Economía

En los últimos 10 años, Guerrero creció por debajo de la tasa nacional, ya que la economía del estado subió 2.2% en promedio anual, mientras el país lo hizo a un ritmo de 2.4%, por lo que Guerrero es la sexta entidad con menor crecimiento en ese periodo. De igual manera se indica que Guerrero es el segundo lugar con mayor porcentaje de población en pobreza laboral del país, solo por arriba de Chiapas. Esto significa que 63.1% de la población de Guerrero está en pobreza laboral, es decir, no pueden adquirir la canasta alimentaria con el ingreso proveniente del trabajo de todos los integrantes del hogar. (Revista, semáforo económico, 2016).

2.3 Turismo

La economía de Guerrero apostó por el turismo; sin embargo, este sector no alcanza los niveles de productividad de otros estados turísticos como Quintana Roo. Además, en los últimos años, el turismo se ha visto afectado por la violencia. La tasa de homicidios de Guerrero es de 63.5 por cien mil habitantes, mientras que a nivel nacional es de 16.3. La tendencia es clara, entre más aumenta la tasa de homicidios, el estado recibe menos turistas.

2.4 Seguridad

La Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana (ENSU) del INEGI reveló que Chilpancingo es la tercera ciudad de México más insegura, sólo por atrás de Villahermosa, Tabasco y Ecatepec de Morelos, en el Estado de México, según la percepción de sus propios habitantes. En su reporte del segundo trimestre, los habitantes de Chilpancingo señalaron que el 94.1 por ciento se siente inseguro de vivir ahí, comparado con el 93.3 por ciento que se reportó en marzo. Acapulco registró una disminución mínima, del 85.8 por ciento que obtuvo en marzo, ahora en junio fue de 83.2 por ciento. (<https://guerrero.quadratin.com.mx/crece-percepcion-inseguridad-chilpancingo-inegi/>).

2.5 Servicio públicos

El Ayuntamiento ofrece a sus habitantes los servicios de: Agua potable, energía eléctrica, drenaje, alcantarillado, parques y jardines, plazuelas, vialidad y transporte, seguridad pública, panteones, mercado, central de abasto, bomberos, rastro y servicio de limpieza. La mayor parte de las calles de la cabecera están pavimentadas y empedradas.

2.6 Antecedentes históricos

2.6.1 La salud en México

La Salud en México se encuentra a cargo de diversas instituciones como la Secretaría de Salud que atiende al sector público, a su vez el Instituto Mexicano del Seguro Social provee servicios de salud a empleados en el sector privado, mientras que el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado atiende necesidades sociales y cuidado de salud de aquellos empleados por el estado, así como también Secretaría de la Defensa Nacional cuenta con su propio sistema de atención a su personal, como a su vez Pemex cuenta también con su propio sistema de salud, a la población que no cuenta afiliación a los anteriores puede contar con el Seguro Popular, para el año 2002 se contabilizaban más de 3,000 hospitales privados.

2.6.2 Hospitales privados

Antes del surgimiento de las instituciones públicas de salud, el cuidado de la salud de los mexicanos estaba a cargo de los profesionales que se dedicaban a la práctica privada.

En México la atención privada se basa principalmente en la prestación directa de servicios en los consultorios y unidades hospitalarias pequeñas y medianas, con fines de lucro.

Desde la década de los setenta, la medicina privada ha fortalecido su capacidad para prestar servicios, mediante más y mejores infraestructura y financiamiento; a pesar de que este crecimiento esté asociado directamente con el gasto del bolsillo del consumidor.

En los hospitales privados se realiza 25% de los internamientos y 33% de todas las atenciones ambulatorias del país. Cabe señalar que este sector es el tercer proveedor más importante en la prestación de servicios por atención de partos a escala nacional.

2.7 Antecedentes históricos del hospital sur corporativo

En el año de 1989 el Dr. Fernando Cabrera al terminar sus estudios en la Ciudad de México en Radiología, toma la decisión de regresar a Chilpancingo a desarrollarse profesionalmente y en conjunto con otros doctores de distintas especialidades, tienen la idea de asociarse con el propósito de ofrecer sus servicios médicos para atender las necesidades básicas de la población de Chilpancingo y sus alrededores, el Hospital del Sur, inició como una pequeña organización, pero siempre con la mejor intención de brindar a la sociedad un excelente servicio (gabinete y laboratorios) médico. Empezaron con una pequeña clínica ubicada en calle Allende de la colonia centro de la Capital, en sus inicios el Dr. Fernando Cabrera, sabía que en la ciudad no existía un Hospital que ofreciera servicios médicos especializados, solo existían clínicas, por esa razón, tuvo la iniciativa de crear una sociedad junto con otros médicos para fundar un Hospital donde se pudieran atender a personas, en cuestiones más avanzadas de tecnología, además se dio cuenta que en la capital no existía ningún especialista

en radiología, las personas que necesitaban de este servicio tenían que desplazarse a la Ciudades más cercanas como Acapulco, Cuernavaca y México DF de esta manera surge la creciente necesidad de ofrecer este servicio.

Por esta razón en el año 2004 surge El Hospital del Sur Corporativo caracterizado por ser el primer Hospital privado en Chilpancingo Guerrero que ofrecía el servicio de «rayos X» contando con su propio médico especializado.

Actualmente el Hospital del Sur cuenta con más de 12 años ofreciendo servicios de primera calidad con los mejores médicos especialistas brindando los servicios de:

- Dermatología
- Cirugía oncológica
- Psicología
- Maternidad
- Proctología
- Rayos x
- Médico general
- Urgencias
- Gastroenterología
- Pediatría y neonatología
- Ginecología y obstetricia
- Oftalmología
- Otorrinolaringología
- Traumatología y ortopedia
- Cirugía maxilofacial
- Cirugía plástica
- Neurología
- Cardiología
- Medicina interna
- Radiología general e intervencionista

El Hospital Sur Corporativo se encuentra ubicado en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero su dirección radica en el conjunto comercial Chilpancingo, Col. Universal, Chilpancingo de las Bravo, Gro, se encuentra en una zona céntrica de la ciudad y de fácil acceso, es pionero en servicio de rayos X y cuenta con más de 10 años de experiencia en el mercado.

A sus alrededores se encuentra rodeado de diferentes competidores cercanos como son el Hospital Santa Fe (competidor directo) que ofrece servicios similares al Hospital Sur, el Hospital Torre Medica Siglo XXI, Clínica Chilpancingo y Hospital Anáhuac, esto es una desventaja competitiva para el HSC ya que, estos hospitales ofrecen los mismos servicios y algunos de ellos de manera más económica.

2.8 Filosofía institucional del Hospital Sur Corporativo

Nuestra filosofía es alcanzar la perfección, comprometernos incesantemente con la excelencia en lo que hacemos, brindando una atención especializada de la mejor calidad, ofreciendo el conocimiento y la tecnología existente integrando a la comunidad médica para dar resultados efectivos.

2.8.1 Misión

Nuestra misión es contribuir al bienestar de nuestros pacientes y de la comunidad a través de servicios médicos integrales de alta calidad incorporando personal especializado, tecnología de última generación y un trato humano manteniéndonos a la vanguardia hospitalaria.

2.8.2 Visión

Para el 2026 nos proponemos ser el centro médico privado líder en la región reconocido por proporcionar la más alta calidad en atención a nuestros pacientes con una extensa gama de servicios especializados de salud, tecnología innovadora así como personal calificado y certificado en su área, basado en la mejora continua de cada actividad que desarrollamos.

2.8.3 Valores

Honestidad: Reconocimiento de nuestra actitud o vocación por el servicio ante los intereses personales o de grupo.

Calidad: excelente servicio y la mejor atención brindada a los pacientes, tanto en los servicios médicos como administrativos del HSC.

Ética: Total apego a los códigos, normas y principios éticos que rigen a las áreas de la salud, convirtiéndose en un elemento distintivo del Hospital Sur.

Humanismo: Reconocer las necesidades de la sociedad y adecuarnos a todos los públicos que requieran de nuestros servicios, brindándoles servicios más apegados a sus necesidades.

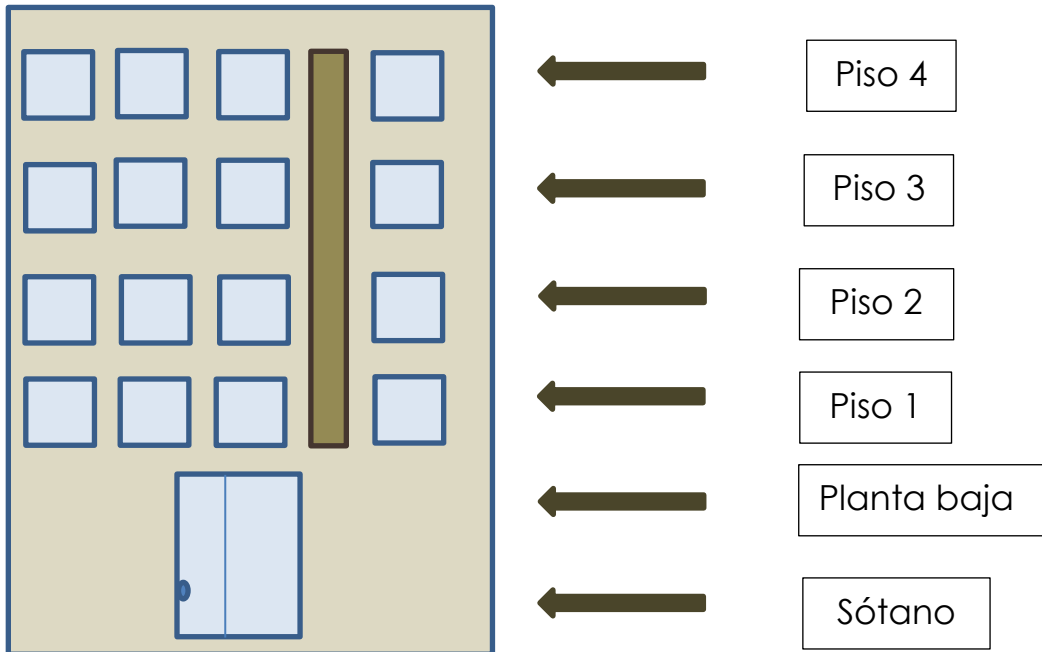
Innovación: el HSC estará en constante innovación actualizando sus servicios médicos y equipamiento de acuerdo a los avances tecnológicos que estos tengan ofreciendo así innovación a sus pacientes.

2.9 Política de calidad

- Mantener en capacitación continua y constante actualización a cada persona que integra el HSC de acuerdo a su área de desempeño.
- Ser empáticos con nuestros pacientes para ofrecer los servicios que cubran sus necesidades de manera adecuada y oportuna.
- Cada persona que integra el HSC deberá poseer un excelente conocimiento de todos los servicios y valores agregados con los que cuenta el hospital para adecuarlos a las necesidades de nuestros pacientes.
- Concentrar en solo lugar los servicios de hospitalización, intervención quirúrgica, urgencia, consultas, análisis clínicos y diagnósticos por imagen para seguir un centro médico integral preocupado por la salud de cada persona que acude a nosotros.
- El hospital se mantendrá equipado de acuerdo a la tecnología médica de última generación.
- El hospital se mantendrá a la vanguardia en estudios médicos para ofrecer los diagnósticos más precisos a nuestros pacientes.
- El HSC siempre se regirá bajo las leyes de regulación sanitaria tanto internas como externas al mismo, comprometidos en todo momento con el medio ambiente.
- Los servicios prestados en el hospital siempre serán de óptima calidad y a precios justos
- La dirección fomentara un espíritu emprendedor y de colaborador en todos los miembros del hospital para agregar valor a nuestros servicios.
- Objetivos de la consultoría

2.10 Infraestructura

El hospital sur corporativo cuenta con una superficie de construcción de 3, 709 m² que lo componen planta baja, 4 pisos y sótano con áreas de servicios hospitalarios.



Planta baja: Cuenta con área de admisión hospitalaria, administración, consultorio de urgencias y área de urgencias; área de toma de muestras y laboratorio, así como dos salas de rayos x una simple y una sala con equipo de alta resolución de imagen, una sala de ultrasonido convencional, ultrasonido doppler, ultrasonido doppler color, 3 D y 4 D y una sala de ultrasonido ecocardiográfico.

Primer y segundo piso: En estos dos pisos se encuentra el área de consultorios donde se localizan distribuidos 27 consultorios de diversas especialidades médicas con pasillos amplios, áreas de espera y áreas verdes.

Tercer y cuarto piso: En estos pisos se encuentran localizadas 26 camas de hospitalización divididas en habitaciones tipo suit, habitación privada y habitación múltiple, de igual manera se encuentra la central de enfermeras, dietología y cocina, 2 camas de cuidados de enfermo crítico adulto, 1 sala de incubadoras, 1

sala de cunas térmicas y ventiladores neonatales, 1 sala de expulsión, 1 sala de atención al recién nacido, 2 quirófanos, central de esterilización y equipos (ceye). También para la comodidad de los pacientes se cuenta con un ascensor KONE con capacidad para 13 personas tipo hospitalario.

2.11 Características hospital sur corporativo

Dentro de las organizaciones existen tres sectores privado, público y las organizaciones no gubernamentales (ONG's). El Hospital Sur Corporativo es una empresa perteneciente al primer sector, las organizaciones pertenecientes a este sector buscan desarrollar cualquier actividad que diversifique la producción en ámbito de salud y de igual manera, invierte en tecnología de punta con la que no cuentan organizaciones del sector público. El enfoque del Hospital Sur Corporativo es invertir y, de igual manera, atraer inversión para el mejoramiento de la empresa. Su inversión está orientada a contribuir a la creación de empleo y a la gestión medio- ambiental sostenible.

Su giro es el sector salud, ya que produce servicios para satisfacer las necesidades de prevención, diagnóstico, tratamiento y recuperación de las personas que tengan algún malestar.

Según datos recabados del portal oficial de la Secretaria de Economía, el Hospital Sur Corporativo es una empresa mediana y generan anualmente ventas que van desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos. Son organizaciones con la oportunidad de desarrollar su competitividad con base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

Este tipo de organizaciones privadas representan casi el 1 por ciento de las empresas del país y casi el 17 por ciento del empleo; además generan más del 22 por ciento del Producto Interno Bruto (Secretaria de Economía 2006-2012).

Capítulo III. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo de investigación “APLICACIÓN DE UNA AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN INTERNA, PARA MEJORA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL SUR CORPORATIVO” por la modalidad corresponde a un estudio cualitativo, apoyado en técnicas de investigación cualitativas en su totalidad, con las cuales se busca resolver las diferentes problemáticas relacionadas con el clima organizacional, determinar la manera en que se maneja la información, los canales de comunicación utilizados y cómo es percibida por los miembros de la organización,

En este capítulo se va a especificar la metodología que va a ser empleada para obtener la información que se necesita para la elaboración de la presente tesis. Se identificarán cuáles son los problemas y se realizará un análisis que permita el diseño de acciones enfocadas a resolver las problemáticas identificadas.

Para su desarrollo, la investigación cualitativa se apoya en diversas modalidades como: la etnografía, la fenomenología, la hermenéutica, la teoría fundada y la investigación acción participativa. Cada una de ellas con sus rasgos particulares como opción metodológica, por su fundamentación filosófica y teórica, pero todas ellas buscando un mismo propósito: la comprensión y construcción de la realidad social y cultural. Las técnicas para la recolección de datos cualitativos son principalmente la observación, las entrevistas individuales, los grupos focales y la revisión de documentos, aunque también se aplican otras estrategias como los grupos de discusión, el taller de investigación y la encuesta etnográfica. La definición sobre cuál de estas técnicas se debe utilizar depende de la modalidad de investigación seleccionada y de los objetivos del estudio que se va a realizar.

El enfoque cualitativo lo que nos modela es un proceso inductivo contextualizado en un ambiente natural, esto se debe a que en la recolección de datos se establece una estrecha relación entre los participantes de la investigación sustrayendo sus experiencias e ideologías en detrimento del empleo de un instrumento de medición predeterminado. (Sampieri, R. 2006).

3.1 Planteamiento del problema

Se sabe de la importancia de mantener una buena comunicación dentro del Hospital Sur Corporativo para el correcto flujo de la información entre los miembros que la integran, por esa razón es vital mantener un buen clima organizacional para el buen funcionamiento, el autor Zapata (2000) define al clima organizacional como “partes dependientes entre sí que aportan al desarrollo y cambio organizacional”, de esta manera lo primordial es identificar los diferentes elementos que constituyen el concepto de clima y el desarrollo de los diversos métodos de diagnóstico utilizados actualmente en la organización, que permiten hacer un análisis y diagnóstico que evidencia la actitud hacia la organización por parte de los empleados al tiempo que contribuyen al desarrollo de cambios efectivos en las mismas.

Las problemáticas que más afectan al Hospital Sur Corporativo son la falta de cultura organizacional, la identidad, el clima laboral, la deficiente comunicación entre los miembros que la integran y falta de canales de comunicación.

La primera problemática detectada dentro Hospital Sur Corporativo es la falta de cultura organizacional, el autor Schein (1988) menciona que “la cultura es la base de presunciones básicas y creencias que comparten los miembros de una empresa, las cuales trabajan inconscientemente y definen la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno”, es por ello que es de vital importancia realizar acciones que resuelvan las problemáticas encontradas en la organización.

La segunda problemática es la identidad, en gran medida es importante resaltar que los integrantes de la organización no se sienten identificados con el hospital, no conocen la filosofía institucional (misión, visión, valores) y eso propicia que no conozcan hacia dónde va orientado su futuro deseado, de la manera que lo establece la visión, menciona que para el año 2026 la organización espera ser el hospital privado líder en la región, pero a su vez que no conozcan la filosofía y que no se sientan identificados, puede impedir que no se cumplan las metas que tiene establecida la organización.

La tercera problemática que afecta al correcto funcionamiento de la fluidez de la información dentro de la organización, es que los miembros de la mesa directiva no quieren adentrarse al uso de las redes sociales por miedo a las críticas y a la violencia que se vive actualmente en el estado. Es importante la implementación de los medios digitales porque son tendencia, son de fácil acceso y de bajo costo, por medio de su ejecución se les podría dar a conocer los mensajes deseados a los integrantes de la organización. De igual manera por medio de las TIC's los públicos pueden adentrarse de manera más rápida, fácil y efectiva a todos los aspectos que representan a el hospital (ubicación, infraestructura, servicio, horarios, emisión de mensajes, etc.).

Otro aspecto importante a resaltar que afecta al hospital es que el clima laboral no es el adecuado, ya que no existe una buena comunicación entre los jefes de departamento y sus sub-alternos, menciona Javier Salinas Oscar (2001) “un jefe no es aquel que simplemente manda. Debe ser un amigo más de sus empleados que colabore en todo lo que ellos necesiten para sacar adelante su trabajo, así mismo, los subalternos se sentirían confiados y responderán con más animo las tareas que les fueron asignadas”. Es de vital importancia para cualquier organización que sus miembros mantengan un buen ambiente de trabajo para que no existan impedimentos para que realicen sus actividades. Se propone la realización de una auditoria para conocer a fondo la problemática e identificar las causas que la generan.

.Con ayuda de técnicas cuantitativas se puede realizar un análisis más profundo sobre la problemática detectada, de esta manera se determinara que acciones se pueden tomar para subsanar las deficiencias encontradas, como se pueden superar los obstáculos y de esta manera mejorar el funcionamiento en las áreas del hospital.

3.2 Pregunta de investigación

¿Cómo influye la comunicación interna en el clima organizacional del Hospital Sur Corporativo?

3.3 Objetivos

General:

Realizar una auditoría de comunicación interna que permita conocer la manera en que se maneja la información, los medios de comunicación utilizados y cómo es percibida por sus miembros, para determinar su influencia en el Clima Organizacional del Hospital Sur Corporativo.

Específicos:

- Identificar la manera en que se transmite la información a los integrantes del Hospital Sur Corporativo.
- Identificar los canales de comunicación utilizados para la emisión de los mensajes dentro del HSC.
- Identificar la manera en que es percibida la información por los miembros de la organización.
- Identificar el tipo de comunicación que se maneja desde la alta gerencia hasta la parte más baja del organigrama.
- Determinar la comunicación que se establece entre el jefe directo y sus subalternos.

3.4 Premisa

Las deficiencias de la comunicación interna provocan un clima laboral inadecuado en el Hospital Sur Corporativo

3.5 Enfoque cualitativo

El enfoque cualitativo se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas.

En este tipo de investigación los resultados ayudan a obtener un panorama amplio de una situación en particular, sin embargo, no se puede inferir a partir de estos resultados, porque no miden con exactitud las variables. Este tipo de aplicación fue aplicado hacia los empleados de 5 áreas del Hospital Sur Corporativo para determinar de manera más profunda como es el clima organizacional de la organización.

Uno de los principales objetivos de la investigación cualitativa es adquirir conocimientos preliminares sobre los problemas y las oportunidades de decisión (hair, Buush y Ortinau 2006).

En cambio el autor Bonilla (1997) menciona que “la investigación cualitativa intenta hacer una aproximación global de las situaciones sociales para explorarlas, describirlas y comprenderlas a partir de los conocimientos que tienen los diferentes actores involucradas en ellas, puesto que los individuos interactúan con los otros miembros de su contexto social compartiendo el significado y el conocimiento que tienen de sí mismos y de su realidad”.

El enfoque de investigación cualitativa contribuye principalmente a la comprensión de la realidad, concibiéndola como fruto de un proceso histórico de construcción, a partir de la lógica y el sentir de sus protagonistas. En contraste, la investigación cuantitativa permite la explicación y la predicción de una realidad social desde una

perspectiva externa. Ambos enfoques de investigación aportan a la construcción de un cuerpo de conocimiento que fundamenta la práctica de cualquier disciplina.

3.6 Diseño etnográfico

La etnografía se encarga de develar los significados de las acciones emprendidas por las personas dentro de sus grupos sociales, aportando desde una visión holística la percepción más convincente para la indagación y la comprensión de las interacciones e interrelaciones sociales. “Etimológicamente, el término etnografía significa la descripción (grafé) del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (ethnos). Por tanto, el ethnos, que sería la unidad de análisis para el investigador, no sólo podría ser una nación, un grupo lingüístico, una región o una comunidad, sino también cualquier grupo humano que constituya una entidad cuyas relaciones estén reguladas por la costumbre o por ciertos derechos y obligaciones recíprocos.” (Martínez, 2005).

3.7 Método hipotético deductivo

El método hipotético-deductivo supone que el contexto de descubrimiento no se atiene a reglas y procedimientos controlados, y sostiene que las hipótesis se admiten o rechazan según sea el resultado de las mismas: una hipótesis se justifica y acepta si queda confirmada por la experiencia (contexto de justificación) y se rechaza si es refutada.

Resumiendo, el método hipotético-deductivo:

- 1) Parte de problemas
- 2) Propone hipótesis para explicarlos
- 3) Extrae consecuencias observables de las hipótesis
- 4) Las somete a prueba
- 5) Si la consecuencia es verdadera, confirma la hipótesis
- 6) Si la consecuencia es falsa, refuta la hipótesis.

3.8 Definiciones conceptuales

3.8.1 Comunicación interna

La comunicación interna es un proceso complejo, multidimensional e imprescindible para el desarrollo de las organizaciones. El abordaje del diálogo es presentado y discutido en una perspectiva de negociación social del significado, siendo fundamental exponer sobre las cuestiones de relacionamiento e interacción de la dimensión comunicativa en las organizaciones contemporáneas. Comunicación y organización pasan a ser aspectos indisolubles e interdependientes en la construcción y reconstrucción de los procesos organizacionales.

Sobre la perspectiva de comunicación interna, la relación entre organización y comunicación amplía la visión de la propia organización. Es preciso mirar para la diversidad, para las diferencias culturales, entre otras cuestiones que hacen parte de lo que entendemos por ambiente interno de las organizaciones. Es a partir de ese ambiente que una organización se hace, se identifica y se vuelve viva. Una nueva mirada sobre las relaciones internas posibilita la creación y el desarrollo de ambientes organizacionales más saludables. Tomando como referencia en esta reflexión, el concepto de comunicación de Borman (1983), entendido como el proceso social humano por el cual las personas crean, desenvuelven y sustentan la conciencia grupal, compartida y simbólica. La comunicación instrumentalizada da espacio para la construcción de significados en las organizaciones. Las organizaciones son procesos dinámicos por medio de los cuales los significados son construidos. Es indispensable el desenvolvimiento de procesos más interactivos que permitan a las personas explorar sus potenciales y desafiarse como seres humanos, la función de la comunicación en este caso, pasa a ser formadora y no meramente informativa. La máxima función organizacional pasa a ser una construcción de significados para sus acciones. Al construir significados, las personas están comunicándose y formando lo que puede ser interpretado como culturas en la organización. (Marchiori 2011).

3.8.2 Clima organizacional

El clima organizacional nace de la idea de que el hombre vive en ambientes complejos y dinámicos, puesto que las organizaciones están compuestas de personas, grupos y colectividades que generan comportamientos diversos y que afectan ese ambiente. Méndez (2006) manifiesta que el origen del clima organizacional está en la sociología; en donde el concepto de organización dentro de la teoría de las relaciones humanas enfatiza la importancia del hombre en su función del trabajo y por su participación en un sistema social. Define el clima organizacional como el resultado de la forma como las personas establecen procesos de interacción social y donde dichos procesos están influenciados por un sistema de valores, actitudes y creencias, así como también de su ambiente interno.

El clima organizacional es hoy un factor clave en el desarrollo de las organizaciones, y su estudio ayuda al mejoramiento, por lo anterior, en el presente documento se realiza una aproximación conceptual desde diferentes autores, que ayuda a evidenciar la importancia del clima en los cambios organizacionales. De igual forma, se exponen las diferentes herramientas que se pueden emplear para su medición y diagnóstico y que consideran numerosas variables que giran en torno a los valores de la organización, las creencias, costumbres y prácticas empresariales, para esclarecer las causas de la satisfacción e insatisfacción en el trabajo, y su incidencia en los cambios organizacionales.

Koys & Decottis (1991), señalan que estudiar los climas en las organizaciones ha sido difícil debido a que se trata de un fenómeno complejo y con múltiples niveles; por ejemplo, actualmente la bibliografía existente debate sobre dos tipos de clima: el psicológico y el organizacional. El primero se estudia a nivel individual, mientras que el segundo se estudia a nivel organizacional. Ambos aspectos del clima son considerados fenómenos multidimensionales que describen la naturaleza de las percepciones que los empleados tienen de sus propias experiencias dentro de una organización.

3.8.3 Auditoria de comunicación interna

La importancia de la Auditoria de la Comunicación reside en que a partir de los resultados se puede elaborar y desarrollar un plan específico de comunicación interna según las necesidades de la organización (Pimienta, 2006).

Asimismo, resulta importante un clima organizacional positivo, ya que constituye una palanca estratégica para garantizar atraer un excelente capital humano y la oportunidad de trabajar un punto de equilibrio entre los objetivos organizacionales y la autorrealización individual de cada colaborador (Rodríguez, 2009).

3.8.4 Variables

Motivación

Relaciones interpersonales

Clima laboral

Trabajo en equipo

Desempeño laboral

3.9 Técnicas de investigación

Las técnicas utilizadas en la presente investigación son de carácter cualitativo, para este estudio se utilizaron las siguientes:

- Observación participativa
- Entrevistas
 - Entrevista a profundidad a personal clave
 - Entrevista a empleados
- Grupo de discusión

3.9.1 La observación participativa

La observación es un método que se seleccionó para el análisis de esta investigación ya que permite la medición de la conducta real de las personas que laboran en el hospital, se analizan las conductas y comportamientos de las

personas, el sesgo de obtener información falsa es muy poco. Resulta muy importante este método ya que hay información que solo puede obtenerse por medio de la observación, incluyendo patrones de conducta que a veces no son tan fáciles de comunicar.

Es por ello que se eligió esta técnica de investigación para la obtención de información por medio de la presencia y observación del comportamiento de los miembros del hospital.

Una definición de la observación nos menciona que es "El estudio del acto de enseñanza utiliza como principal instrumento de investigación, sistemas o planos de observación de acontecimientos o comportamientos" (Piéron, 1986).

La observación constituye un método de toma de datos destinados a representar lo más fielmente posible lo que ocurre, la realidad.

En cambio los autores Marshall y Rossman (1989) definen la observación como "la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado".

La observación consiste en saber seleccionar aquello que queremos analizar. Se suele decir que saber observar es saber seleccionar.

Para la observación de la presente investigación, primero definiremos las variables que nos interesa observar del hospital. En este caso se observaron (que quiero observar, para que lo quiero observar y en donde) cuatro categorías clima laboral, comunicación jefe-empleado, identidad e infraestructura y herramientas de trabajo. Dentro de los cuatro rubros antes mencionados se dividieron en subcategorías que serían observadas de la siguiente manera:

Clima laboral

- Satisfacción laboral
- Trabajo en equipo
- Relaciones inter-personales
- Motivación
- Liderazgo

Comunicación jefe- empleado

- Tipos de comunicación
- Canales de comunicación
- Claridad de la información

- Relación de trabajo jefe- empleado

Identidad

- Uniformes
- Gafetes
- Filosofía institucional

Infraestructura y herramientas de trabajo

- limpieza
- Iluminación
- Instalaciones
- Instrumentos de trabajos
- Higiene y seguridad

Primeramente se analizará el clima laboral para determinar cómo es la manera en que se relacionan los integrantes de la organización, de qué forma trabajan para el cumplimiento de sus actividades, la manera en que atienden a los clientes que solicitan un servicio y si existe algún tipo de motivación para un mejor desempeño de sus actividades, posteriormente se examinarán los canales de comunicación que son utilizados para la emisión de mensajes, el tipo de comunicación que existe, la claridad con la que se maneja la información, la comunicación y relación que se establece (jefe-empleado) y la forma que se trabaja en conjunto (trabajo en equipo). Dentro del rubro de la identidad se observará si los integrantes portan uniformes o gafetes, si se sienten identificados con el hospital y si conocen la filosofía institucional de la organización y por último si las condiciones en que se encuentran el hospital son las idóneas en aspectos de infraestructura, espacios destinados a cada área, si las herramientas de trabajo son las necesarias para el cumplimiento de sus actividades, si las instalaciones están limpias e iluminadas y si la localización del hospital es de fácil acceso para las personas que solicitan un servicio.

Todo lo anterior mencionado se observará en las diferentes áreas que integran al hospital (recepción, hospitalización, área de seguros, rayos X, administración, área de intendencia).

3.9.2 Entrevistas a profundidad

Se propone la implementación de esta técnica de investigación cualitativa ya que se busca crear un vínculo con la persona entrevistada y realizar una entrevista sumamente personal, con el fin de indagarla frente a frente con el propósito de que se sienta cómoda y libre de expresarse con detalles sobre cuestiones relacionadas con su desempeño dentro del hospital.

Otro factor importante de esta técnica es que los temas que se hablan dentro de la entrevista pueden ser confidenciales y dedicados. Esta técnica personal a comparación de la realización de alguna donde participen más personas, es que, pueden causar presión y pueda afectar las respuestas del entrevistado. Así mismo se sabe la importancia de la herramienta dentro de estudios cualitativos.

La entrevista en profundidad es la técnica profesional que se realiza entre un entrevistador y un informante con el objeto de obtener información sobre la vida, en general, o sobre un tema, proceso o experiencia concreta de una persona. A través de la entrevista en profundidad, el entrevistador quiere conocer lo que es importante y significativo para el entrevistado; llegar a comprender como ve, clasifica e interpreta su mundo en general en el ámbito laboral (Blasco y Otero, 2008).

El autor Ruiz Olabuenaga (1996) menciona que “la entrevista nace de una ignorancia consciente por parte del entrevistador quien, lejos de suponer que conoce, a través de su comportamiento exterior, el sentido que los individuos dan a sus actos, se compromete a preguntárselo a los interesados, de tal modo que éstos puedan expresarlo en sus propios términos y con la suficiente profundidad para captar toda la riqueza de su significado”.

Mediante la aplicación de las entrevistas se llevaran a cabo dos tipos de entrevistas unas de profundidad aplicadas a 6 jefes de diferentes áreas del hospital que fueron seleccionados de manera selectiva, por la actividad y cercanía que tiene con los clientes y la segunda entrevista será más sencilla aplicada a

diferentes empleados de las diferentes áreas, por medio de la selección de muestra aleatoria representativa sin bases probabilísticas, todos elegidos al azar para generar respuestas con resultados heterogéneas.

1. Las entrevistas a profundidad que se realizarán a personal clave del Hospital Sur Corporativo al personal clave, contempla la aplicación de un cuestionario que consta de 46 preguntas segmentadas en cuatro rubros (relación y comunicación jefe-empleado, satisfacción y motivación, infraestructura y herramientas de trabajo e identidad) anexando una serie de preguntas extras con el fin de conocer las propuestas que harían los jefes de área para la mejorar el clima laboral y la comunicación dentro del hospital, de igual manera conocer qué lo hace único y diferente de entre sus competidores.

Las entrevistas se realizarán en diferentes áreas del hospital con el fin de saber que piensan los jefes de área en cuanto al comportamiento del personal, la comunicación que establecen, la manera en que se maneja la información desde la mesa directiva hasta el departamento más bajo del organigrama, si los canales de comunicación son los adecuados para la transmisión de la información, si se cuentan con las herramientas necesarias para realizar las actividades y si se sienten identificados con la organización.

2. Las entrevistas designadas al personal de las áreas se llevarán a cabo mediante la aplicación de 25 entrevistas basadas en un cuestionario que consta de 17 preguntas segmentadas en cuatro rubros (relación y comunicación jefe-empleado, satisfacción y motivación, infraestructura y herramientas de trabajo e identidad) aplicado a diferentes integrantes de las diferentes áreas antes mencionadas, todos seleccionados al azar con el fin de saber qué es lo que piensan de la relación y comunicación que establecen con sus jefes directos, si los canales de comunicación utilizados son los idóneos, si existe algún tipo de incentivo, motivación o reconocimiento por su trabajo realizado, si cuentan con las herramientas

necesarias para la realización de sus actividades y de igual manera saber el grado de identidad que tienen con el Hospital Sur corporativo.

Las entrevistas se llevarán a cabo basadas en el seguimiento de un guión, que consta de diferentes preguntas, en la cual se plasmarán todos los rubros que se desean abordar mediante su aplicación, con el fin de controlar los tiempos, distinguir los temas por importancia y evitar extravíos y dispersiones por parte del entrevistado.

3.9.3 Grupo de discusión

Esta técnica es utilizada en la presente investigación porque en grupo de discusión el coordinador del evento tiene la libertad de escoger a las personas que participarán y la temática de la cual se quiere llegar a profundidad. Los temas son de interés para todos los participantes, de igual manera con esta técnica se puede captar la reacción de las personas al contestar las preguntas, por medio de su conducta se puede determinar si realmente lo que dicen es cierto, de igual manera permite evaluar los diferentes puntos de vista de las persona que estén participando.

El grupo de discusión puede involucrar un solo grupo de participantes en una única ocasión o diferentes grupos en una o más sesiones. El investigador actúa normalmente como moderador haciendo las preguntas, manteniendo activo el flujo de la conversación, haciendo posible la plena participación de los miembros del grupo, animando a la interacción entre los participantes, facilitando finalmente la discusión grupal.

El autor Wilkinson (2004) nos dice que “la característica principal del grupo de discusión es la interacción entre los participantes y el uso analítico potencial de esta interacción”.

Es por ello que dentro de las sesiones del grupo de discusión acostumbra a tener una duración entre una y tres horas. Los participantes son elegidos por los investigadores según características relevantes en relación con el objeto de

estudio y la composición típica de los grupos es de 6 a 10 personas aunque puede variar entre 4 y 12. Los grupos compuestos entre 4 y 5 participantes permiten que haya más posibilidad de expresión pero menos ideas. La composición óptima es de 8 miembros.

Mediante la aplicación del grupo de discusión el moderador se basará en un guión compuesto de 29 preguntas segmentado en 4 rubros (infraestructura y herramientas de trabajo, clima laboral, comunicación jefe empleado e identidad) con el cual buscará interactuar y crear lazos de confianza con el fin de que el personal que está participando se sienta en confianza y responda de manera confiable a lo que se le está preguntando, toda la información obtenida dentro de la técnica será de manera anónima y la información otorgada será confidencial.

Lo que se busca obtener mediante la aplicación del grupo de discusión es saber si los espacios destinados y las herramientas son aptas para el cumplimiento de sus actividades, de igual manera conocer como es la comunicación que establecen con sus jefes directos, si se les proporciona información abordada con los miembros de la mesa directiva, si los canales de comunicación utilizados para la emisión de mensajes son efectivos, por último si se sienten identificados con el hospital y conocen la filosofía institucional que establece la organización.

El grupo de discusión se llevará a cabo en un salón externo cercano al hospital, el grupo estará integrado de 5 a 12 personas seleccionadas al azar, pertenecientes a diferentes áreas del Hospital Sur Corporativo.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación cualitativa, a continuación se muestran los resultados de las variables evaluadas y los avances obtenidos.

4.1 Observación participante

Los resultados obtenidos mediante la observación participante relacionados con cuatro categorías seleccionadas fueron los siguientes:

4.1.1 Clima laboral

Es importante mencionar que durante la aplicación de esta técnica de investigación cualitativa entre las diferentes áreas existe un buen clima laboral entre los miembros que las integran, pero al momento de querer entrelazar relaciones con miembros de otras áreas es ahí cuando no se trabaja en conjunto para el bien del Hospital Sur Corporativo. Cada área no tiene problema en la ejecución de trabajos relacionados a su área, pero no interviene para mejora de las demás áreas.

La persona encargada de manejar la información y todo lo relacionado al funcionamiento del hospital es el contador administrativo, que es detectado como el líder de la organización, es la persona encargada de que todas las áreas funcionen de manera correcta y delega funciones a las mismas.

En cuanto a la satisfacción laboral la mayoría del personal del hospital se siente a gusto de estar en el hospital, se encuentran conforme de su sueldo, del trabajo que realizan, de su horario de trabajo pero de igual manera los integrantes de la organización mencionan que no cuentan con incentivos que los motiven a realizar aún mejor sus actividades.

En cambio en la subcategoría de atención que es brindada a los clientes por parte del personal de recepción que frecuentan el hospital es buena, ya que los atienden con amabilidad y saben resolver sus dudas, manejan los costos de consulta, el

piso en el que se encuentra el médico que visitan y los horarios de atención, de igual manera les proporcionan el número del médico por si gustan hacer cita.

Las relaciones que se establecen entre los integrantes de la organización son solo laborales, ya que no existe algún vínculo extra oficina que los una en algún objeto en común.

4.1.2 Comunicación jefe- empleado

En la estadía dentro del hospital al momento de realizar la observación desde un principio me di cuenta que al momento de querer informar algo al personal desde la alta gerencia no se cuentan los canales de comunicación idóneos para que llegue a todos sus públicos, ya que al momento de tratar de informar algo en el hospital, lo hacen por medio de la comunicación interpersonal, es decir toda la información que se quiere dar a conocer lo hacen por medio de boca a boca, o en dado caso cuentan con una pizarra en donde pegan la información que desean dar a conocer, otro instrumento utilizado es el teléfono fijo ya que se comunican de área a área por medio de extensiones telefónicas. No se cuentan con las nuevas tecnología de la información (Facebook, Página web, Twitter ect.) para informar a los públicos sobre los servicios que se ofrecen en el hospital.

Me di cuenta que la información no se maneja en diferentes direcciones y que solo es utilizada la comunicación descendente, ya que los miembros de la mesa directiva informan a los miembros de la organización pero si alguien quiere informarle algo a ellos no es posible tener contacto con ellos. Los mensajes de comunicación no son claros ni precisos y el trabajo en equipo solo se realiza entre personas de la misma área y no en conjunto con el demás personal del hospital. Los canales de comunicación utilizados son muy obsoletos.

4.1.3 Identidad

Desde el primer día que me presente en la organización lo primero que observe es que los empleados de recepción que son el primer contacto de las personas, no cuentan con un uniforme o gafete que los diferencie de los demás, es por ello que es vital la implementación de estos medios para su rápida identificación por parte de las personas que acuden al hospital.

Cabe recalcar que los miembros del hospital si conocen las iniciales y los colores que lo representan, se sienten identificados con la organización, pero no conocen la filosofía institucional que rige a la empresa, ya que no se encuentra visible en ningún lugar de la misma.

4.1.4 Infraestructura y herramientas de trabajo

Mediante la observación me di cuenta que las instalaciones no fueron diseñadas para el establecimiento de un hospital, pero aunque las instalaciones no son muy grandes si son las adecuadas para el cumplimiento de las actividades. Dentro de cada área se cuenta con los instrumentos necesarios para la realización de sus trabajos destinados.

En cuanto a la limpieza, en todo momento se encuentran limpias y con olor agradable, en cambio la iluminación en la planta baja no es la adecuada, ya que no se cuentan con suficientes focos para otorgar mayor claridad.

El hospital cuenta con la señalética adecuada ante cualquier catástrofe o imprevisto que llegara a suscitarse.

La ubicación del hospital se encuentra en una zona céntrica y de fácil acceso dentro de la ciudad de Chilpancingo.

4.2 Entrevistas a profundidad (Jefes de área)

Las entrevistas realizadas a los jefes de áreas del Hospital Sur Corporativo se efectuaron el día sábado 30 de mayo del presente año, en las instalaciones del HSC, el tema principal que se evaluó en la actividad fue el clima organizacional, partiendo con diferentes categorías para el desarrollo de la misma, las cuales fueron relación y comunicación jefe- empleado, satisfacción y motivación, infraestructura y herramienta de trabajo e identidad, además se anexaron preguntas extras como propuestas de mejoramiento del HSC. Las entrevistas se llevaron a cabo con el consentimiento de los jefes de área y de la mesa directiva del hospital, de esta manera se nos permitió llevar a cabo la actividad dentro de la cual participaron 6 jefes de área de diferentes departamentos de la organización

(administración, hospitalización, radiología, área de seguros, rehabilitación y contador administrativo).

Por lo tanto la muestra de las personas entrevistadas quedo de la siguiente manera:

La descripción del personal que participo en las entrevistas a profundidad es la siguiente:

- 5 hombres y 1 mujer

El rango de estudios de los presentes fue:

- 2 persona con especialidad
- 3 personas con licenciatura
- 1 persona con carrera técnica

El área perteneciente de los presentes:

- 1 jefe de área de hospitalización
- 1 jefe de área de recepción
- 1 jefe de área de radiología
- 1 jefe de área de seguros
- 1 contador administrativo
- 1 jefe de área de rehabilitación

Todos los integrantes de las entrevistas fueron elegidos al azar para tener un grupo heterogéneo con diferentes puntos de vista.

4.2.1 Cuadro de informantes, jefes de áreas a quienes se les realizó entrevista

PUESTO	GÉNERO	EDAD	ESCOLARIDAD	ANTIGUEDAD
Jefe de área hospitalización	Masculino	35 años	Técnico en enfermería	5 años

Jefe de área recepción	Masculino	45 años	ING. Computación	10 años
Administración	Masculino	30 años	Licenciatura	10 años
Jefe de área radiología	masculino	38 años	Especialidad	5 años
Jefe de área de seguros	masculino	36 años	Licenciatura	7 años
Jefe de área de rehabilitación	Femenino	35 años	Especialidad	4 años

Los resultados obtenidos dentro de las entrevistas a profundidad realizadas a jefes áreas del hospital fueron los siguientes:

4.2.2 Relación y comunicación jefe-empleado

Los jefes de área entrevistados destacaron que la relación que existe entre los miembros del hospital es positiva, pero de igual manera mencionaron que solo es relación dentro del trabajo, ya que no existe un compañerismo fuera del hospital. La integración entre los miembros de diferentes áreas no existe, solo se enfocan en las responsabilidades que tiene cada uno dentro de su área y no se preocupan por el trabajo de los demás, menciona el contador administrativo “yo que soy el encargado de que todas las áreas del hospital funcionen, tengo muy en cuenta, que existe un poco de rivalidad entre las áreas por saber quiénes son los mejores, cuando la realidad sería necesario trabajar como institución, para caminar hacia el mismo lado”, esto resalta el poco compañerismo que existe en el hospital.

Todos están de acuerdo en que son vitales las capacitaciones a los integrantes de la organización para el mejoramiento de los servicios y funciones que llevan a cabo, el rango de tiempo en que deben implementarse es de 3 a 6 meses o de dos a tres veces por año.

Los miembros de la mesa directiva si muestran interés si tienen algún problema familiar y entienden que pueden existir situaciones fuera de lo común.

Mediante a la pregunta que si los canales de comunicación utilizados son los correctos para la emisión de la información el 100% de los entrevistados menciono que no son los adecuados y los tachan de antiguos, el jefe de área de rehabilitación menciono “no entiendo como en estos tiempos de tecnología avanzada, la información en el hospital se maneje por medio de pizarras, la información es muy sesgada ya que no todas las áreas tienen acceso a la información (rfe)”, de igual manera todos los jefes de área creen que es necesario la implementación de otros canales para la transmisión de la información.

La relación es positiva con los miembros de la mesa directiva, pero mencionan que en ciertas ocasiones no se les reconoce el trabajo que realizan.

4.2.3 Satisfacción y motivación

El 100% de los entrevistados se encuentran satisfechos de trabajar en el hospital, aunque están de acuerdo que sus opiniones no son tomadas en cuenta pero los miembros de la mesa directiva. Las 6 personas entrevistadas no se encuentran conformes con su sueldo y mencionan que no existen incentivos ni ningún tipo de motivación por la labor que realizan.

Los miembros de la mesa directiva a cierta medida se preocupan muy poco por el bienestar de los trabajadores y si se encuentran en las condiciones óptimas para llevar a cabo sus actividades.

4.2.4 Infraestructura y herramienta de trabajo

Todos los miembros entrevistados mencionan que las condiciones del área de trabajo donde se desenvuelven son las aptas para realizar de manera correcta sus actividades, de igual manera expresaron que cuentan con las herramientas necesarias para el cumplimiento de sus labores, el jefe de área de hospitalización menciono “en mi caso en el área que soy el encargado, existe gran variedad de material para la atención del cliente, para cualquier cirugía o cualquier necesidad

que se presente, las instalaciones no son muy amplias pero si se pueden desempeñar de manera correcta los compañeros”.

4.2.5 Identidad

En cuanto a este rubro el 100% de los entrevistados conocen los colores institucionales y las siglas que representan al hospital, mencionan que si conocen la filosofía institucional (misión, misión, valores) pero solo una persona de los entrevistados (administración) supo cuál era la misión y no de manera correcta, fue el único que se acercó un poco a la misión establecida por el hospital.

Todos los jefes de área están de acuerdo en que se implemente el uso de uniformes y gafetes para el fácil reconocimiento del personal, por parte de los clientes que acudan a la organización en busca de resolver sus necesidades.

4.2.6 PREGUNTAS EXTRAS

Se establecieron algunas preguntas extras a los jefes de área relacionadas al mejoramiento de la comunicación, la motivación personal y que es lo que hace diferente al Hospital Sur Corporativo mediante a la competencia y mencionaron lo siguiente:

- Que se le proporcione toda la información a todo el personal que integra la organización en todos sus niveles.
- Realizar reuniones con todo el personal y no solo los miembros directivos con los jefes de área
- Incentivos ya sea económicos o alguna felicitación por el trabajo realizado
- Políticas que impartan la equidad e igualdad en todos los miembros del hospital en todos sus niveles
- Otorgar mejor atención a los clientes que acuden al hospital, las 24 horas del día los 365 del año.

Estas son algunas propuestas que mencionaron los jefes de área con las cuales manifiestan que puede mejorar la atención brindada a los clientes y la comunicación interna que se establece entre los miembros del hospital, todo con el fin del fortalecimiento del Hospital Sur Corporativo.

4.3 Entrevista (empleados del HSC)

La entrevista se llevó a cabo el día 30 de mayo del presente año, fueron realizadas a 25 miembros del Hospital Sur corporativo de las áreas que integran a la organización, siendo un total de 50 personas que integran el equipo Hospital Sur Corporativo, por esa razón se realizó al 50% del personal de la empresa.

A continuación se presentan las categorías a observar y los resultados obtenidos en la muestra aplicada al HSC:

Categorías

- Relación y comunicación jefe- empleado
- Satisfacción y motivación
- Infraestructura y herramientas de trabajo
- identidad

4.3.1 Cuadro de informantes de entrevista aplicado a diferentes áreas del hsc

No.	ÁREA	GÉNERO	ESCOLARIDAD	ANTIGUEDAD
1.	Laboratorio	masculino	Licenciatura	2 años
2	Urgencias	femenino	Licenciatura	1 año 7 meses
3	Quirófano	femenino	Licenciatura	10 meses
4	Quirófano	femenino	Carrera técnica	10 meses
5	Quirófano	femenino	Carrera técnica	7 meses
6	Hospitalización	femenino	Carrera técnica	6 años
7	Hospitalización	femenino	Licenciatura	3 años 9 meses
8	Hospitalización	femenino	Licenciatura	1 año
9	Hospitalización	femenino	Licenciatura	1 año
10	Hospitalización	masculino	Secundaria	1 año
11	Hospitalización	masculino	Carrera técnica	1 año
12	Hospitalización	femenino	Preparatoria	11 meses

13	Hospitalización	femenino	Preparatoria	10 meses
14	Hospitalización	femenino	Licenciatura	8 meses
15	Hospitalización	femenino	Carrera técnica	6 meses
16	Recepción	masculino	Licenciatura	10 años
17	Recepción	femenino	Licenciatura	8 meses
18	Seguros	femenino	Licenciatura	2 años
19	Seguros	femenino	Carrera técnica	4 años
20	Seguros	femenino	Preparatoria	6 meses
21	Intendencia	masculino	Bachillerato	3 años
22	Intendencia	femenino	Bachillerato	2 años
23	Intendencia	femenino	Secundaria	1 año 9 meses
24	Intendencia	masculino	Preparatoria	9 meses
25	Intendencia	masculino	Preparatoria	3 meses

Los resultados obtenidos dentro de las entrevistas aplicadas a los miembros de las diferentes áreas del hospital antes mencionadas, mediante los diferentes rubros seleccionados fueron los siguientes:

4.3.2 Relación y comunicación jefe-empleado

1. Respecto a la pregunta ¿Existe colaboración entre las áreas para realizar el trabajo colectivo en mejora de la organización?

Los resultados que arrojaron los entrevistados fueron que se los empleados se encuentran de acuerdo en que existe colaboración entre los miembros al momento de realizar el trabajo y solo dos personas mencionaron que no existe colaboración entre las personas. Del total de las personas entrevistadas 21 se encuentran satisfechos con la colaboración que existe entre los miembros del hospital.

2. Respecto a la pregunta ¿Consideras necesarias las capacitaciones para desenvolverte mejor en tus actividades?

La mayoría de las personas considera que son necesarias las capacitaciones para ejercer de mejor manera sus actividades, ya que solo 2 personas entrevistadas mencionaron que no son necesarias.

3. Respecto a la pregunta ¿Con que frecuencia crees que sean necesarias las capacitaciones?

La frecuencia que consideran necesaria para la impartición de cursos de capacitación es de un lapso entre los 3 a 6 meses, ya que 24 de las 25 persona entrevistadas manifestaron que sería el lapso correcto. Cabe mencionar que todas las personas están de acuerdo en que existan capacitaciones, ninguno de los entrevistados menciona que no son necesarias.

4. Respecto a la pregunta ¿Existe reconocimiento por parte de mi jefe directo sobre las actividades que realizo?

En cuanto a esta pregunta si existió una gran diversidad de resultados, aunque lo que gana es que 14 de 25 persona entrevistadas no se sienten satisfechos al momento de realizar sus actividades, ya que no existe reconocimiento por parte de sus jefes directos al momento de cumplir su trabajo. Solo 11 personas mencionaron que sus jefes directos sí reconocen las actividades que realizan.

5. Respecto a la pregunta ¿Qué tan satisfecho te sientes de formar parte del Hospital Sur Corporativo?

La respuesta que predomina casi en su totalidad es que los integrantes del Hospital Sur Corporativo se sienten satisfechos de formar parte de la organización, solo una persona menciona que no se encuentra satisfecho de estar en la organización.

6. Respecto a la pregunta ¿Mis jefes muestran interés al momento de algún problema personal?

Los jefes de área al momento de que sus sub alternos presenten un problema personal fuera del hospital, muestran interés por los empleados y entienden que

son humanos y que los problemas existen y son impredecibles a veces, esto mencionaron la mayoría de los entrevistados, solo 2 personas mencionaron lo contrario.

7. Respecto a la pregunta ¿La comunicación que estableces con tus jefes directos es positiva?

La comunicación que existe entre los jefes directos y sus empleados no es excelente pero es considerada buena para el cumplimiento de las actividades o al momento de querer informar algo, ya que casi todas las personas entrevistadas manifestaron esto.

8. Respecto a la pregunta ¿Los canales de comunicación utilizados para brindarme la información son los adecuados?

De acuerdo a los resultados las personas entrevistadas mencionaron que los medios de comunicación que utiliza el hospital al momento de informar algo no son los adecuados y los consideran obsoletos, ya que no se adentran al uso de las nuevas tecnologías.

9. Respecto a la pregunta ¿Es positiva la relación que establezco con mi jefe directo?

En cuanto a lo que se mencionó en esta pregunta, es que la relación que se establece con su jefe directo es positiva, solo 2 personas no están tan de acuerdo en que la relación es buena pero de igual manera no la consideran mala, cabe mencionar que esta pregunta no tuvo ningún resultado negativo.

4.3.3 Satisfacción y motivación

10. Respecto a la pregunta ¿Qué tan satisfecho te sientes de tu sueldo?

Más del 50% de las personas entrevistadas se sienten satisfechos con el sueldo que perciben por parte del hospital, pero de igual manera es importante mencionar que 9 personas no se sienten a gusto con su sueldo recibido, el número de personas insatisfechas es un foco rojo que puede generar que existan empleados

que no estén contentas sobre su pago sobre las actividades que realizan en la organización.

11. Respecto a la pregunta ¿Estás satisfecho con la atención que le brinda el Hospital Sur Corporativo al cliente?

Los resultados que genero esta pregunta es que como trabajadores internos, al momento que una persona acude al hospital para solicitar un servicio la atención brindada es buena pero no excelente, ya que solo 2 personas lo catalogaron así, y en cuanto a que el servicio otorgado es malo 5 personas lo mencionaron.

12. Respecto a la pregunta ¿Existe algún tipo de motivación extra por su desempeño laboral dentro del hospital?

Dentro de esta pregunta el resultado fue parejo ya que el 50% de los empleados entrevistados mencionaron que no existe alguna motivación extra para alentarlos a realizar aún mejor sus actividades y la otra mitad menciona que si existen motivaciones.

4.3.4 Infraestructura y herramientas de trabajo

13. Respecto a la pregunta ¿Cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar sus actividades?

La mayoría de los empleados entrevistados mencionaron que las herramientas brindadas para el desenvolvimiento y cumplimiento de sus actividades son las necesarias para llevar a cabo sus funciones, solo 3 personas mencionaron lo contrario, que las herramientas son insuficientes para todo el personal que labora en la organización.

14. Respecto a la pregunta ¿Consideran cómodas y adecuadas las áreas del hospital donde se desenvuelve?

La mayoría menciona de las personas entrevistadas menciona que los espacios destinados para la realización de sus actividades son cómodas, solo 5 personas

del área de recepción mencionaron que su espacio es muy reducido y ahí se encuentran varios compañeros, pero de igual manera eso no es impedimento para cumplir con sus funciones.

4.3.5 Identidad

15. Respecto a la pregunta ¿Conoces la filosofía institucional del Hospital (misión, visión, valores)

El resultado de esta pregunta nos arrojó que el 100% de los entrevistados conocen la filosofía institucional que rige a la organización, que conocen la misión, visión y valores, pero lo que causó controversia, es que al momento de preguntarles si me podrían decir no sabían responder, ya que no conocían la filosofía institucional.

16. Respecto a la pregunta ¿Crees necesaria la implementación del uso de uniformes para el personal del HSC?

En cuanto a que si es necesaria la implementación del uso de uniformes el personal casi en su totalidad está de acuerdo.

4.4 Grupo de discusión

En el transcurso del presente año se realizó un grupo de discusión con miembros del Hospital Sur Corporativo, la actividad se llevó a cabo en un salón aledaño que la organización utiliza para llevar a cabo sus reuniones, con ayuda del Lic. Miguel Ángel Pastor Molina quien fungió como moderador.

El tema principal que se evaluó en la actividad fue la cultura organizacional, partiendo con diferentes categorías para el desarrollo de la misma, las cuales fueron clima laboral, comunicación jefe-empleado, identidad, infraestructura y herramientas de trabajo. El grupo de discusión se llevó a cabo con el permiso de la mesa directiva del hospital y coordinado con el administrador Cristian Rangel Pavón Gallardo, de esta manera se nos permitió llevar a cabo la actividad dentro de la cual participaron 9 miembros administrativos de diferentes áreas de la organización (recepción, hospitalización seguros y almacén).

La descripción del personal que participo en el grupo de discusión es la siguiente:

- 7 mujeres
- 2 hombres

El rango de estudios de los presentes fue:

- 4 personas con licenciatura
- 4 personas solo con prepa
- 1 persona con carrera trunca

El área perteneciente de los presentes:

- 5 personas de hospitalización
- 2 personas de recepción
- 1 persona de seguros
- 1 persona de almacén

Todos los integrantes del grupo de discusión fueron elegidos al azar para tener un grupo heterogéneo con diferentes puntos de vista.

4.4.1 Cuadro de informantes asistentes al grupo de discusión

PUESTO	GÉNERO	EDAD	ESCOLARIDAD	ANTIGUEDAD
Enfermera	Femenino	25 años	Licenciatura	3 años
Enfermera	Femenino	26 años	Licenciatura	2 años
Enfermera	Femenino	25 años	Licenciatura	1 año y medio
Seguros	Femenino	31 años	Licenciatura	3 años 1/2
Recepción	Masculino	29 años	Carrera trunca	1 semanas
Recepción	Masculino	28 años	Preparatoria	4 años
Enfermera	Femenino	36 años	Preparatoria	3 años
Enfermera	Femenino	43 años	Preparatoria	8 años

Almacén	Femenino	33 años	Preparatoria	2 años 1/2
---------	----------	---------	--------------	------------

Los resultados que arrojaron los rubros utilizados dentro del grupo de discusión fueron los siguientes:

4.4.2 Infraestructura y herramientas de trabajo

Dentro de este rubro los miembros del hospital mencionaron que no es impedimento para realizar sus trabajos la manera en que se encuentra el área donde desarrollan sus actividades, pero si resaltaron que el espacio es muy pequeño y al momento de atender a las personas que requieren su servicio están apretados o a veces en lo que se atiende a una persona las otras deben permanecer afuera.

En cuanto a la ubicación del hospital se encuentra en un área céntrica de fácil acceso en la Ciudad de Chilpancingo. Guerrero.

Los participantes mencionaron lo siguiente:

- Los participantes del grupo de discusión determinaron que la infraestructura del hospital es buena más no la adecuada para el desarrollo de sus actividades.
- La persona 7 del área de seguros menciona “la infraestructura del Hospital es buena, sin embargo, el área en donde me encuentro es muy reducida para el personal que la integra y los usuarios que se atienden. En el caso del área de seguros el área es muy pequeña, hay veces que estamos los tres compañeros y las personas que atendemos no caben, así que nos esperan afuera de la oficina para poder atenderlos”
- Las personas integrantes del grupo de discusión mencionaron que la ubicación del hospital se encuentra en un área accesible de la ciudad de Chilpancingo.
- Sobre las herramientas de trabajo del área de hospitalización la persona 3 menciona “nosotros como enfermeras al momento de alguna cirugía tenemos que lavar rápido el material, porque otra compañera tiene que

utilizarlo”, es por eso que un problema es la falta de material al momento de realizar una operación.

4.4.3 Clima laboral

En cuanto al clima laboral la relación que ejercen los jefes de área con los miembros que integran su equipo de trabajo es buena, el trato que existe entre ellos es meramente laboral no existe una amistad fuera de la organización.

Dentro del hospital no existen motivaciones ni incentivos para el personal, que reconozcan el buen desempeño de sus actividades en la organización.

Otro factor dentro del clima laboral es que no existe ningún tipo de capacitaciones para que los integrantes del hospital se actualicen mediante a las funciones que desempeñan dentro de la organización.

Los participantes mencionaron lo siguiente:

- Las personas participantes del grupo de discusión manifestaron que existe buena comunicación entre las áreas del hospital.
- El hospital no cuenta con ningún tipo de estímulo para los trabajadores, la persona 5 menciona “no, no existe ningún tipo de estímulo relacionado al trabajo que realizamos, sería bueno que si hubiera”
- El hecho de que algunos miembros del hospital sean familiares no impide que cumplan sus funciones asignadas, mencionaron las personas participantes.
- El hospital no ofrece ningún tipo de capacitación para mejorar el rendimiento del personal, la persona 7 menciona “hay veces que en nuestra área tenemos que hacer oficios y los hacemos pero al momento de hacer convenios con las aseguradoras nos piden formatos en la computadora que desconocemos y eso retrasa nuestro trabajo”.
- La duplicidad de funciones es un factor que afecta el clima laboral ya que les asignan tareas no competentes a su desempeño, la persona 5 menciona “hay veces que si afecta la falta de camilleros en el área de hospitalización ya que, tenemos que bajar por al paciente y traerlos

nosotras, a veces nos ayuda el poli, pero en la mayoría de veces lo hacemos nosotras y es muy pesado, tener que bajar y subir nuevamente”.

- Todos los integrantes del grupo de discusión se rigen por medio de la normatividad establecida del hospital.
- Existe gran compañerismo pero todo es meramente laboral.

4.4.4 Comunicación jefe directo- empleado

En cuanto a la comunicación jefe- empleado que ejercen los jefes de área con los miembros que integran su equipo de trabajo es bueno, el trato que existe entre ellos es únicamente laboral no existe una amistad fuera de la organización.

En el área donde existen contradicciones en cuanto al trato que reciben los empleados por parte de su jefe directo es en el área de hospitalización, donde la persona 5 del grupo de discusión menciona “en nuestro caso de enfermería, y las compañeras no me dejaron mentir, aunque ellas no quieran hablar, hemos tenido diferencias con nuestro jefe directo, y entendemos somos humanos y puede existir otros problemas, pero no los tiene que mezclar con nuestro trabajo, hay veces que queremos externar dudas o problemas que se nos presentan pero al decirle se enoja y grita, y de igual manera no acepta sus errores que el comete, la relación es buena mas no excelente”, en cambio el encargado del área de recepción menciona “para mí la relación con el personal es buena el equipo de trabajo es unido, bueno eso pienso yo, tal vez al momento que le pregunten a ellos te mencionen otra cosa, solo ellos saben cómo se sienten”.

Los participantes mencionaron lo siguiente:

- Dentro del grupo de discusión de las 4 áreas que estuvieron presentes en la actividad, los departamentos de recepción, seguros y almacén manifestaron que existe una buena comunicación con su jefe directo, en cuanto a hospitalización la relación no es buena.
- Los presentes manifestaron que la información que les hacen llegar, en su mayoría se maneja verbalmente, de igual manera la persona 2 menciona “hay veces que no toda la información que se nos debe otorgar nos llega,

en ocasiones ni cuenta nos damos de lo que pasa por que la información, solo la saben los jefes”.

- Las áreas asistentes al grupo de discusión mencionaron que 3 de ellas no mantienen comunicación directa con la alta gerencia, solo en el caso de recepción si tiene comunicación con ellos, la persona 9 menciono “nosotros como personal de recepción si mantenemos un trato con la mesa directiva, ya que en ocasiones ellos se nos acercan para que les informemos lo relacionado del área que le interesa, para saber cómo está trabajando el hospital, por estar en esta área el contacto con ellos es frecuente”.

4.4.5 Identidad

En el tópico de identidad en las actividades realizadas nos señala que los jefes de área y los miembros que la integran se sienten identificados con el hospital, conocen los colores institucionales y el logotipo de la organización, pero cabe resaltar que ninguna de las personas conoce la filosofía institucional (misión, visión, valores).

Los participantes mencionaron lo siguiente:

- Dentro del grupo de discusión las 9 personas asistentes coincidieron en que no conocen la misión y la visión del hospital, la persona 6 cuestiono “¿Qué quiere decir eso de misión y visión? Por qué desconozco y no sé qué es eso”.
- Los asistentes al grupo de discusión mencionaron que sí reconocen el logotipo y los colores institucionales del hospital.
- Los participantes al grupo de discusión se sienten identificados con el hospital.

CONCLUSIONES

Con base en los resultados obtenidos mediante de la auditoria de comunicación interna con la ayuda de diferentes técnicas de investigación cualitativas se concluye de la siguiente manera:

- El clima organizacional dentro del Hospital Sur corporativo es bueno.

Relación y comunicación jefe-empleado

- Existe buena comunicación entre los miembros de las áreas que integran al hospital
- La relación entre el jefe directo y sus sub-alternos es buena.
- Los medios de comunicación utilizados no son los idóneos para la transmisión de la información.
- Existe colaboración entre los miembros de área para el cumplimiento de las actividades.

Satisfacción y motivación

- Los miembros del hospital se sienten satisfechos de formar parte del hospital.
- Los empleados se sienten medianamente a gusto con su sueldo.
- Los miembros se sienten satisfechos por el trabajo que realizan dentro del hospital.
- No existen motivaciones
- No existen incentivos
- No existen capacitaciones

Infraestructura y herramientas de trabajo

- Las instalaciones destinadas a cada área son las adecuadas para el desempeño de los trabajadores.

- En cuanto a la limpieza e iluminación dentro del hospital es la apta.
- Se cuentan con las herramientas necesarias para la realización de las actividades.

Identidad

- Los miembros se sienten identificados con la organización.
- Están de acuerdo en la implementación de uniformes y gafetes para el reconocimiento del personal.
- Conocen los colores institucionales del hospital.
- El servicio brindado al cliente es bueno.

RECOMENDACIONES

Mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación utilizadas, y en cuanto a los resultados obtenidos, se proponen las siguientes recomendaciones con el fin de mejorar del clima organizacional del Hospital Sur Corporativo:

- Establecer una comunicación eficaz entre departamentos y empleados con el fin de crear un lazo más fuerte al momento del trabajo en equipo.
- Implementar el uso de las tecnologías de la información para una mejor transmisión de la información dentro de la organización.
- Proponer manejo de incentivos o estímulos para el reconocimiento de las actividades que realizan los integrantes del hospital.
- Implementar la creación de un buzón de quejas y sugerencias para que los trabajadores realicen sus aportaciones de manera anónima y con ello se logre el fortalecimiento de las áreas del hospital.
- Implementar evaluaciones periódicas sobre comunicación y satisfacción personal a los trabajadores del HSC.
- Proponer la creación de un banner donde se establezca la filosofía institucional del hospital

BIBLIOGRAFÍA

Andrade H., 2005, *Comunicación organizacional interna, proceso, disciplina y técnica*. España.Netblido S.L. pp.15-16

Boada J. y TousJ, 1993, *Escalas de satisfacción laboral: una perspectiva dimensional*. *Revista de Psicología, Universidad Terraconesis*, pp.151-166.

Capriotti, P. 2009, *Branding Corporativo*, Santiago Chile, libros de la empresa, 'pp. 45 -52

Casas Anguitaa J., Repullo Labradora, Donado Campos J,(2002) "*La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*" Madrid, España,pp. 144-145. Recuperado de https://ac.els-cdn.com/S0212656703707288/1-s2.0-S0212656703707288-main.pdf?_tid=078889f6-0574-11e8-b817-00000aab0f01&acdnat=1517285833_1bdd3043176472fc7072fcf3a0ea10b6

Costa Joan, (2006) *Razón y Palabra*, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey Estado de México, México.

Costa, Joan, 2006, *Identidad corporativa*, Trillas, p. 65

Dávila, A. (1995). *Las perspectivas metodológicas cualitativa y cuantitativa en las ciencias sociales*. In J. Delgado & J. Gutiérrez (Eds.), *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales* (pp. 69-83). Madrid: Editorial Síntesis.

Dessler, G. "*Organización y Administración, Enfoque Situacional*", Prentice Hall, México D.F., 1979.

Gary Weaver R. (2002), *cultura comunicación y conflicto*, Estados Unidos. 1998, p. 73)

Hamui A. (2007), Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica, pp. 211- 216, recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727145>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, ed. (2010). «Principales resultados por localidad 2005 (ITER) - Guerrero» (XLS). Archivado desde el original

Iñiguez, L. (2001). *Identidad: de lo personal a lo social. Un recorrido conceptual*. En Crespo, E y Soldevilla C. (Eds.) (2001). La constitución social de la subjetividad. Madrid: Catarata

Javier S. Oscar (2001) " *Influencia de jefe a subordinado y deserción laboral*" Instituto Tecnológico de Monterrey, Monterrey México.

La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico Cuicuilco, vol. 18, núm. 52, septiembre-diciembre, 2011, pp. 39-49 Escuela Nacional de Antropología e Historia Distrito Federal, México

Lozaola J. (2004) " *Gestión de la comunicación en las organizaciones*" Santiago de Chile, ed, Ariel, pp. 74-75.

Marchiori, M. " *comunicación interna: una visión mas amplia en el contexto de las organizaciones*" la Habana, Cuba, Instituto de información científica y tecnológica, PP. 49-54.

Marchiori, Marlene (2011) *Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones Ciencias de la Información*, vol. 42, núm. 2, mayo-agosto, pp. 49-54 A

Marcondes F. (2007), *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional Signo y Pensamiento*, vol. XXVI, núm. 51, julio-diciembre,, pp. 26-37

Medianas empresa, recuperado de <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/empresas/mediana-empresa>, Secretaria de Economía

Moo Chi; María del Rosario (2004), expresión oral y escrita II, comunicación formal e informal. Robins, recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/126631355/COMUNICACION-FORMAL-E-INFORMAL-pdf>

Pfeffer, J. (1987), *“Organizaciones y Teoría de la Organización”*, El Ateneo, Buenos Aires, Argentina.

Quintero; J (2007);; *Seminario Teorías y paradigmas educativos*; Venezuela; Universidad Fermin Toro; Escuela de Doctorado extraído el 28 de Junio del 2012 en sitio web: <http://doctorado.josequintero.net/>

Ruiz Olabuenaga(1996), *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto, Bilbao, 1996, pag. 171 recuperado de http://www.margen.org/docs/curs45-1/unid2/apunte04_02.pdf

Ruiz, M. (2011) *“Políticas públicas en salud y su impacto en el seguro popular en Culiacan, Sinaloa; México”* Culiacan, Sinaloa, pp. 33-36.

Salinas-Martinez, Ana M., (2004), *Métodos de muestreo*, Universidad autónoma de Nuevo León, Monterrey, México, pp. 121-123

Sampieri, (2006), *Metodología de la investigación* (sexta edición), pp. 534- 539

Varona, F.(1994) *“las auditorias de comunicación desde una perspectiva academica estadounidense”* dia.logos de la comunicación, san José University. Pp. 55-60

Weber, Max, *escuela de la teoría clásica, evolución de la administración*, recuperado de http://soloadministracionapuntes.blogspot.mx/2009/03/escuela-de-la-teoria-clasica-de-la_24.html

ANEXOS

PREGUNTAS GRUPO DE DISCUSIÓN

Información general personal

1. ¿Nombre completo?
2. ¿Nivel académico? ¿Cuántos años llevas laborando en el HSC?
3. ¿qué funciones desempeñan?
4. ¿Qué es lo primero que hacen al llegar al HSC?

Infraestructura y herramientas de trabajo

Moderador: En cuanto al edificio proporcionado a las áreas del hospital, su espacio de trabajo, que opinión tienen sobre sus instalaciones

5. ¿Cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar su trabajo? Computadoras, internet, impresoras, los instrumentos para realizar sus experimentos, todo lo que puedan llegar a necesitar dentro de sus oficinas o cubos de trabajo.
6. ¿Consideran cómodas las áreas del hospital donde se desenvuelven?
7. Si pudiera mejorar su área de trabajo en cuanto a infraestructura, que propondría mejorar o cambiar?

Clima laboral

Moderador: Pasando al ambiente de trabajo, cómo es la relación entre ustedes, cómo se relaciona, independientemente de si las áreas donde están se relacionan directamente o no.

8. ¿Cuántas personas colaboran en tu departamento?
9. ¿Su relación laboral se queda solo aquí, o hay una amistad fuera de?
10. ¿Tus compañeros son accesibles para colaborar en otras actividades que no les compete?, es decir, realizan convivios, festejan días importantes, entre otros.
11. Sabemos que es un hospital privado, y quiero suponer, hay personal laborando aquí que son familiares de algunos directivos, ¿cómo está el hospital en esta parte?
12. Si hay. ¿las relaciones con ellos cómo consideran que se desarrolla? ¿Cumplen con sus funciones, son trabajadores ejemplares, están siempre en sus horarios de trabajo, como son si es que hay familiares laborando en el hospital?

Comunicación jefe empleado

Moderador: Ya para ir finalizando la actividad, me gustaría conocer como es la relación con su jefe, no solo laboralmente hablando, si no como es mas allá, si los escucha, si los apoya, si les facilita lo que necesiten para que hagan de la mejor manera su trabajo...

13. ¿Cómo es la relación con tus jefes directos?
14. ¿Sus jefes o supervisores muestran interés en usted como trabajador?
15. ¿Considera que sus opiniones se tomen en cuenta?
16. Si tuvieras la oportunidad de mejorar algo en el HSC... ¿Qué sería?

IDENTIDAD

1. Conoces los colores que representan al hospital, ¿Cuáles son?
2. ¿Cuáles son las siglas que lo representan?
3. Conoces su misión, visión, filosofía, valores
4. Sientes que existe un equipo cohesionado en este hospital
5. ¿Te sientes a gusto de trabajar en este lugar?
6. ¿qué es lo que sientes que hace diferente al HSC de otros hospitales?
7. Qué es lo que te agrada/desagrada de este hospital
8. ¿Qué consideras hace único a este hospital?
9. Si pudieran hacer un análisis entre los trabajadores de este hospital ¿Qué lo hacen diferente a otros hospitales?

PREGUNTAS ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

- Preguntas aplicadas a los jefes de área del HSC

Hola buen día, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas de la Universidad Autónoma de Guerrero, me permito a usted robarle unos minutos de su valioso tiempo para la realización de una entrevista, la cual tiene por finalidad detallar los factores que influyen para que exista un clima organizacional bueno o malo dentro del Hospital Sur Corporativo.

I. INFORMACIÓN GENERAL PERSONAL

1. ¿Área en donde se encuentra laborando actualmente?
2. ¿Nivel académico?
3. ¿Cuántos años lleva laborando en el HSC?
4. ¿Qué funciones desempeña?
5. ¿Cuál es su horario de trabajo dentro del HSC?
6. ¿Cuántas personas colaboran en su área de trabajo?

II. RELACIÓN Y COMUNICACIÓN JEFE-EMPLEADO

1. ¿Es positiva la relación que existe entre los compañeros del hospital?
2. ¿Tus compañeros son accesibles para colaborar en otras actividades fuera del Hospital?
3. ¿Existe participación e integración entre los grupos de trabajo que conforman el hospital?
4. ¿Existe colaboración entre las áreas para realizar el trabajo colectivo en mejora de organización?
5. ¿Consideras necesarias las capacitaciones para desenvolverte mejor en tus actividades?
6. ¿Con que frecuencia crees que sean necesarias las capacitaciones?
7. ¿Conoces las actividades y funciones que realizan las otras áreas de trabajo del hospital?
8. ¿Existe reconocimiento por parte de mis superiores sobre las actividades que realizo?
9. ¿Te sientes a gusto de trabajar en el Hospital Sur Corporativo?
10. ¿La forma en que se desempeña es un ejemplo a seguir para el desempeño de sus colaboradores?
11. ¿Mis superiores muestran interés al momento de algún problema personal?
12. ¿Considera que sus opiniones se tomen en cuenta en las decisiones de la empresa?
13. ¿La comunicación que estableces con los miembros de la mesa directiva es positiva?
14. ¿Mis superiores me proporcionan la información necesaria para la realización de mis actividades?

15. ¿Los canales de comunicación utilizados para brindarme la información son los adecuados?
16. ¿Sería necesario contar con otros canales de comunicación para la mejora de la transmisión de la información?
17. La comunicación con mis compañeros de trabajo es positiva?
18. ¿Tengo la información actualizada sobre los acontecimientos que suceden en mi departamento?
19. ¿Es positiva la relación que establezco con mis superiores?

III. SATISFACIÓN Y MOTIVACIÓN

1. ¿Qué tan satisfecho te sientes de formar parte del Hospital Sur Corporativo?
2. ¿Qué tan satisfecho te sientes de tu sueldo?
3. ¿Qué tan satisfecho te sientes del trabajo que realizas dentro del hospital?
4. ¿Estás satisfecho con la atención que le brinda el Hospital Sur Corporativo al cliente?
5. ¿Recibo incentivos por realizar bien mi trabajo?
6. ¿Existe algún tipo de motivación extra por su desempeño laboral dentro del hospital?
7. ¿El ambiente de trabajo me motiva para trabajar?
8. ¿Mi jefe directo se preocupa por mi bienestar?
9. ¿La empresa se preocupa por mi bienestar?

IV. INFRAESTRUCTURA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

1. ¿Cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar sus actividades?
2. ¿Consideran cómodas y adecuadas las áreas del hospital donde se desenvuelve?

V. IDENTIDAD

1. Conoces los colores que representan al hospital ¿Cuáles son?
2. ¿Cuáles son las siglas que lo representan?
3. Conoces la filosofía institucional del Hospital (misión, visión, valores)
4. Si tu respuesta fue si ¿podrías mencionar la misión o la visión?
5. ¿Crees necesaria la implementación del uso de uniformes para el personal del hospital?
6. ¿Crees necesaria la implementación del uso de gafetes para el personal del hospital?
A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

VI. PREGUNTAS EXTRAS

1. ¿Qué propondrías para mejorar la comunicación dentro del Hospital?
2. ¿Qué te gustaría que hiciera la empresa para motivarte?
3. ¿Qué factores crees que pueden modificar el clima laboral dentro del hospital?
4. ¿Cuál crees que sea la diferencia que hace mejor al HSC respecto a su competencia?

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

PREGUNTAS EMPLEADOS HSC

Hola buen día, soy estudiante de la Maestría en Comunicación Estratégica y Relaciones Públicas de la Universidad Autónoma de Guerrero, me permito a usted robarle unos minutos de su valioso tiempo para la realización de un cuestionario, el cual tiene por finalidad detallar los factores que influyen para que exista un clima organizacional bueno o malo dentro del Hospital Sur Corporativo.

INFORMACIÓN GENERAL PERSONAL

17. ¿Área en donde se encuentra laborando actualmente?
18. ¿Nivel académico?
19. ¿Cuántos años lleva laborando en el HSC?
20. ¿Qué funciones desempeña?
21. ¿Cuál es su horario de trabajo dentro del HSC?

RELACIÓN Y COMUNICACIÓN JEFE-EMPLEADO

1. ¿Cuántas personas colaboran en su área de trabajo?
A) De 1 a 5 B) De 6 a 15 C) De 16 a 30 D) otra _____
2. ¿Existe colaboración entre las áreas para realizar el trabajo colectivo en mejora de organización?
A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
3. ¿Consideras necesarias las capacitaciones para desenvolverte mejor en tus actividades?

- A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
- D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
4. ¿Con que frecuencia crees que sean necesarias las capacitaciones?
 A) Cada 3 meses B) cada 6 meses C) cada año
 D) otras _____
5. ¿Existe reconocimiento por parte de mi jefe directo sobre las actividades que realizo?
 A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
 D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
6. ¿Qué tan satisfecho te sientes de formar parte del Hospital Sur Corporativo?
 A) Muy satisfecho D) Medianamente de acuerdo
 E) Totalmente en desacuerdo
7. ¿Mis jefes muestran interés al momento de algún problema personal
 A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
 D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
8. ¿La comunicación que estableces con tus jefes directos es positiva?
 A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
 D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
9. ¿Los canales de comunicación utilizados para brindarme la información son los adecuados?
 A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
 D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo
10. ¿Es positiva la relación que establezco con mi jefe directo?
 A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
 D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

SATISFACIÓN Y MOTIVACIÓN

11. ¿Qué tan satisfecho te sientes del trabajo que realizas dentro del hospital?

- A) Muy satisfecho B) Satisfecho C) Insatisfecho D) Muy insatisfecho

12. ¿Estás satisfecho con la atención que le brinda el Hospital Sur Corporativo al cliente?

- A) Muy satisfecho B) Satisfecho C) Insatisfecho D) Muy insatisfecho

13. ¿Existe algún tipo de motivación extra por su desempeño laboral dentro del hospital?

- A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
- D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

INFRAESTRUCTURA Y HERRAMIENTAS DE TRABAJO

14. ¿Cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar sus actividades?

- A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
- D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

15. ¿Consideran cómodas y adecuadas las áreas del hospital donde se desenvuelve?

- A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
- D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

IDENTIDAD

16. ¿Conoces la filosofía institucional del Hospital (misión, visión, valores)

- A) Si B) no

17. ¿Crees necesaria la implementación del uso de uniformes para el personal del hospital?

- A) Totalmente de acuerdo B) De acuerdo C) En desacuerdo
- D) Medianamente de acuerdo E) Totalmente en desacuerdo

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

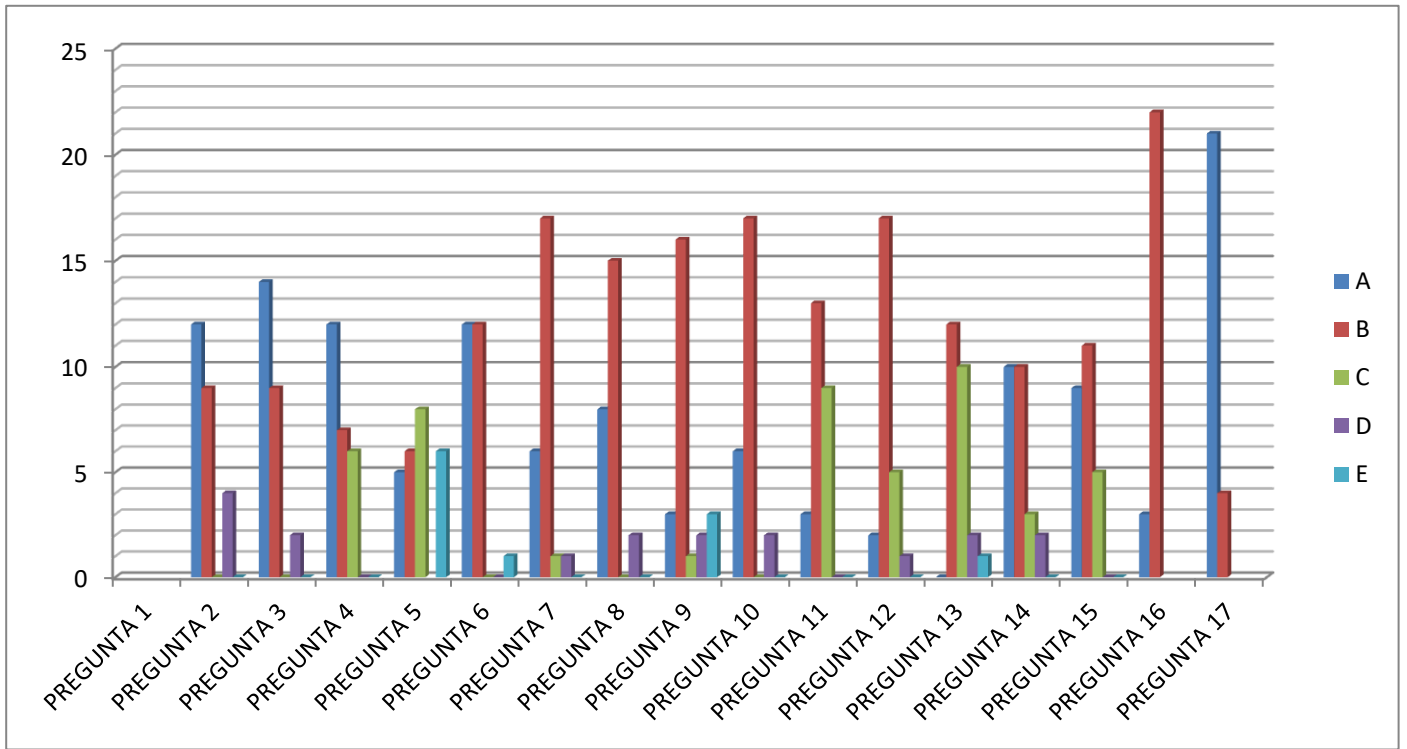
OBSERVACIÓN PARTICIPATIVA

- Cuadro de categorías de la observación participativa

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE			
Categorías	Subcategorías a observar	Áreas	Tiempo
Clima laboral	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción laboral • Las Relaciones sociales • Motivación • Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción • Administración 	6 meses
Comunicación jefe- empleado	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de comunicación • Tipos de comunicación • Claridad de la información • Relación de trabajo • Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguros • Recepción • Urgencias • Hospitalización • Intendencia 	6 meses
Identidad	<ul style="list-style-type: none"> • Uniformes • Gafetes • Filosofía institucional 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración • Recepción • Rayos X 	2 semanas
Infraestructura y herramientas de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza • iluminación • Instalaciones • Instrumentos de trabajos 	Observación realizada a todas las áreas del hospital	1 semana

GRÁFICAS DE RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE CUESTIONARIO

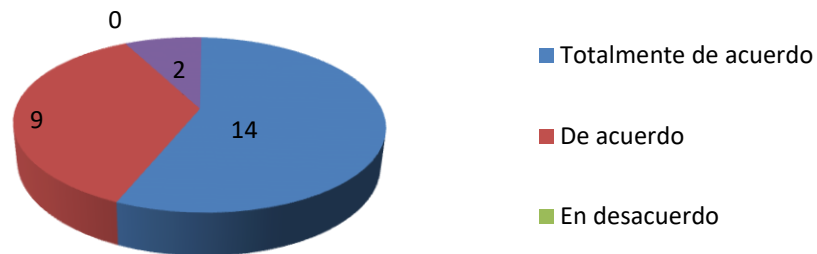
Gráfica general



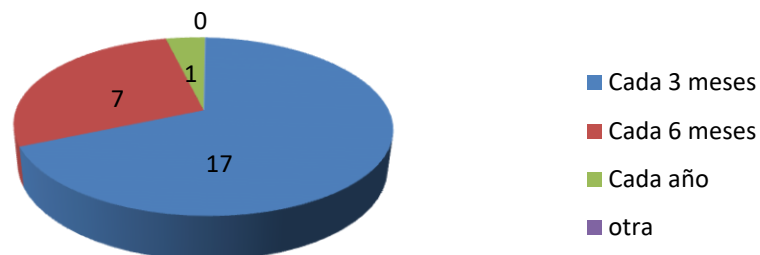
GRÁFICAS DE RESULTADOS POR PREGUNTAS



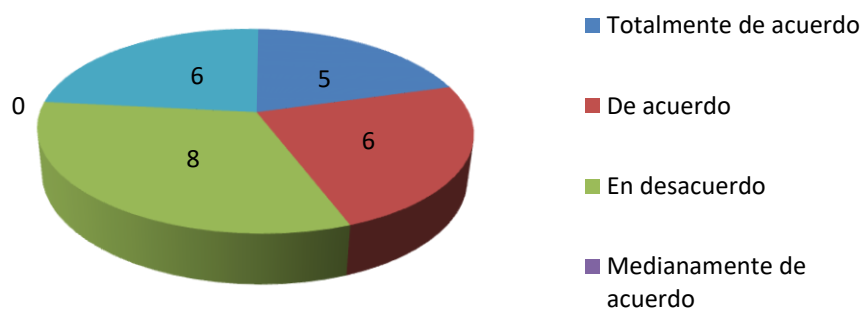
3. ¿Consideras necesarias las capacitaciones para desarrollarte mejor en tus actividades?



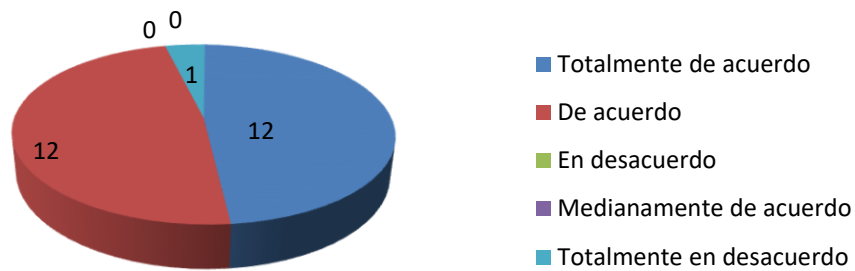
4. ¿Con que frecuencia crees que sean necesarias las capacitaciones?



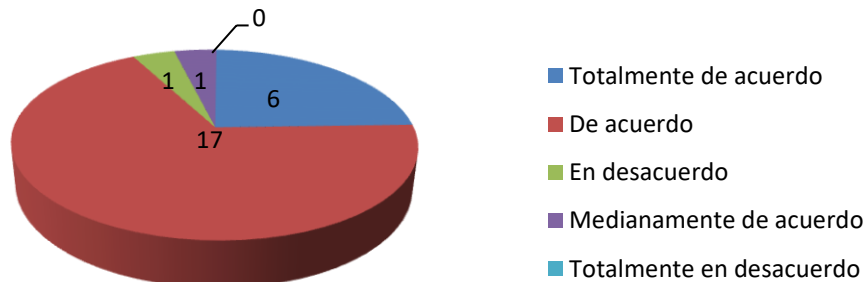
5. ¿Existe reconocimiento por parte de mi jefe directo sobre las actividades que realizo?



6. ¿Qué tan satisfecho te sientes de formar parte del Hospital Sur Corporativo?



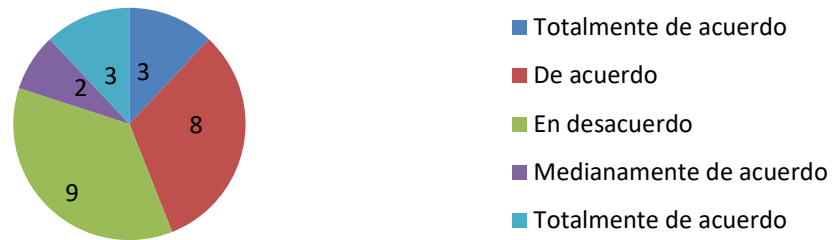
7. ¿Mis jefes muestran interés al momento de algún problema personal?



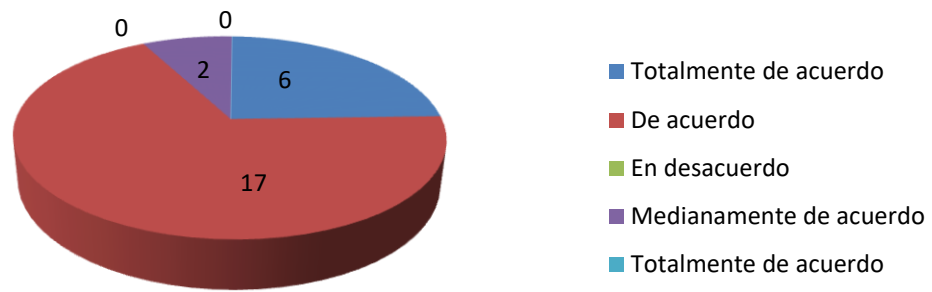
8. ¿La comunicación que estableces con tus jefes directos es positiva?



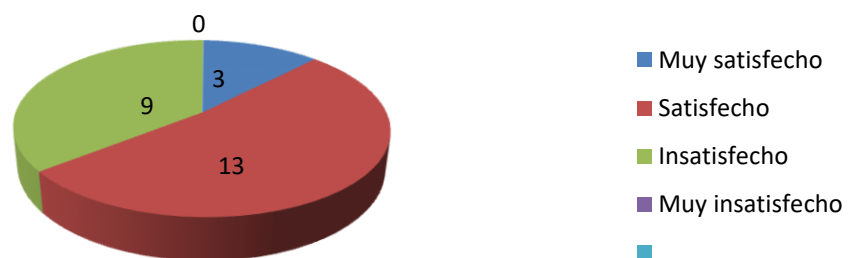
9. ¿Los canales de comunicación utilizados para brindarme la información son los adecuados?



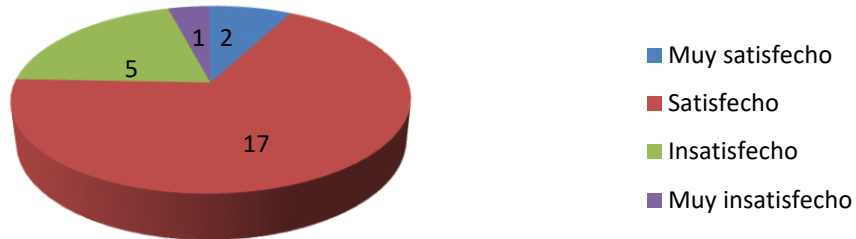
10. ¿Es positiva la relación que establezco con mi jefe directo?



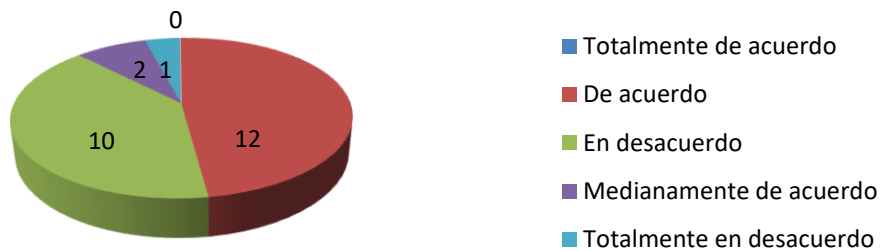
11. ¿Qué tan satisfecho te sientes de tu sueldo?



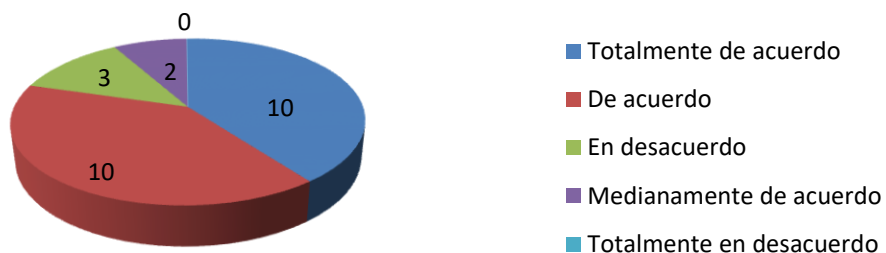
12. ¿Estás satisfecho con la atención que le brinda el Hospital Sur Corporativo al cliente?



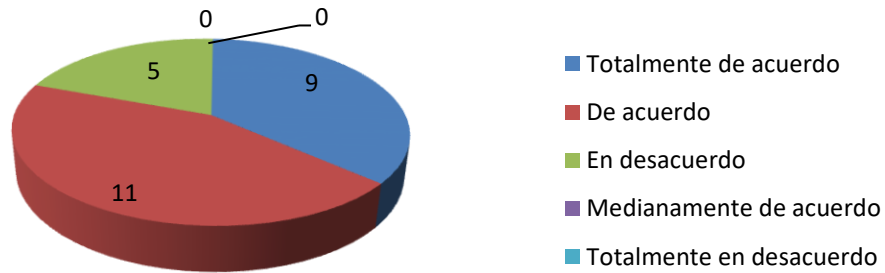
13. ¿Existe algún tipo de motivación extra por su desempeño laboral dentro del hospital?



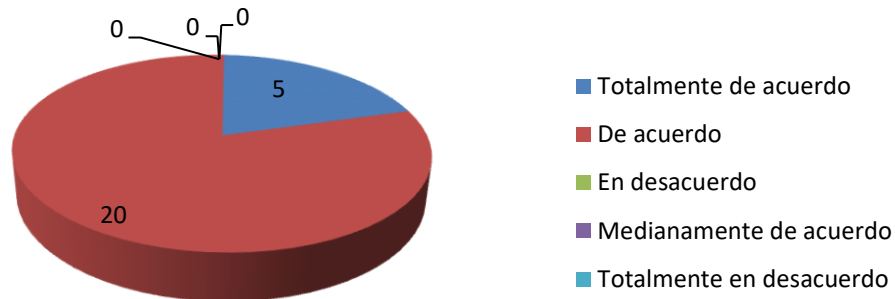
14. ¿Cuentan con las herramientas de trabajo necesarias para desempeñar sus actividades?



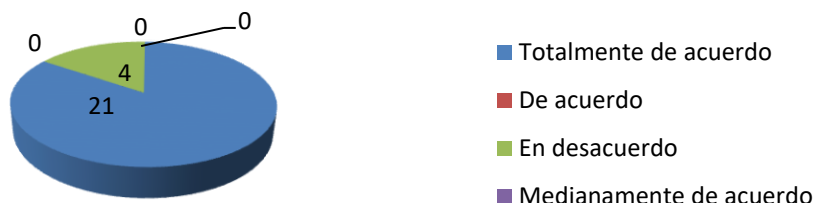
15. ¿Consideran cómodas y adecuadas las áreas del hospital donde se desenvuelve?



16. ¿Conoces la filosofía institucional del Hospital? (misión, visión, valores)



17. ¿Crees necesaria la implementación del uso de uniformes para el personal del hospital



FOTOGRAFÍAS DE PERSONAS ASISTENTES AL GRUPO DE DISCUSIÓN



