



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN**

**PROYECTO:
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CULTURA
ORGANIZACIONAL EN EL HOSPITAL IESS-MILAGRO”**

AUTORES:

NORMA ELIZABETH VARELA MORA

TUTOR: LIC. JAVIER PAGUAY BALLADARES MSC.

MILAGRO - ECUADOR

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de Proyecto de Investigación nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de tesis de grado con el tema: “**Estrategia de Gestión de Comunicación para mejorar la Cultura Organizacional en el Hospital IESS-Milagro**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar al Título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Comunicación Organizacional, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por la egresada: **Norma Varela Mora** C.I. 1001199825.

TUTOR:

Lic. Javier Paguay Balladares, MSc.

Milagro, noviembre del 2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo: Egresada **NORMA ELIZABETH VARELA MORA**, por medio de este documento, entrego el proyecto; **“Estrategia de Gestión de Comunicación, para mejorar la Cultura Organizacional en el Hospital IESS-Milagro”** del cual me responsabilizo por ser la autora del mismo y tener la asesoría personal del Lic. Javier Paguay Balladares, MSc.

Milagro, Noviembre 9 del 2011.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Norma Elizabeth Varela Mora

C.I. 1001199825



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Y DE LA COMUNICACIÓN

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

El TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciada de la Comunicación Social Mención Comunicación Organizacional otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTÍFICA []

DEFENSA ORAL []

TOTAL []

EQUIVALENTE []

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este trabajo investigativo, a nuestro Creador el que ilumina mi camino día a día, a mis padres Rodrigo Varela Valdozpinos y mi madre Olimpia Mora Ramírez por haberme inculcado valores morales, espirituales y formándome en un ambiente lleno de amor y respeto, reflejo éste para constituir mi hogar con mi esposo Dr. Ángel Choca Castro y a mis hijos Edison, Paúl y Rodrigo Choca Varela, los mismos que exteriorizaron la comprensión, paciencia y ayuda incondicional en el transcurso de mi preparación académica hasta mi culminación.

Autor:

NORMA VARELA MORA

AGRADECIMIENTO

Gracias Dios mío, por haberme dado la salud y vida, para poder alcanzar todas mis metas propuestas y poner en mi camino a mis queridos catedráticos, que cultivaron sus sabios conocimientos y consejos necesarios para mi formación profesional, los mismos que compartiré en beneficio de mis semejantes, llenándome de este sentimiento que es la gratitud imperecedera, especialmente a mi Tutor del Proyecto Lcdo. Javier Paguay, MSc.

Autor:

NORMA VARELA MORA

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor.

Rómulo Minchala.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Estrategia de Gestión de Comunicación, para mejorar la Cultura Organizacional en el Hospital IESS-Milagro”** y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación y la Comunicación.

Milagro, noviembre 9 del 2011

Firma de la Egresada

C.I.: 1001199825

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN.....	13
ABSTRACT.....	15

INTRODUCCIÓN.....	Pág. 1
--------------------------	------------------

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematización.....	3
1.1.2. Delimitación del problema.....	4
1.1.3. Formulación del problema.....	5
1.1.4. Sistematización del problema.....	5
1.1.5 Determinación del problema.....	6
1.2. Objetivos.....	6
1.2.1 Objetivos generales.....	6
1.2.2 Objetivos específicos.....	6
1.3 Justificación.....	7

CAPITULO II

2. MARCO REFERENCIAL

2.1. Marco teórico.....	8
2.1.1. Antecedentes históricos.....	8
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	10
2.1.3. Fundamentación.....	16
2.2. Marco legal.....	23
2.3. Marco conceptual.....	29
2.4. Hipótesis y variables.....	30
2.4.1 Hipótesis general.....	30
2.4.2 Hipótesis particulares.....	30
2.4.3 Declaración de Variables Independientes y Dependiente.....	31
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	32

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	33
3.2. Población y muestra.....	34
3.2.1. Características de la población.....	34
3.2.2. Delimitar la población.....	34
3.2.3. Tipo de la muestra.....	34
3.2.4. Tamaño de la muestra.....	34
3.2.5. Proceso de selección.....	36
3.3. Los métodos y técnicas.....	37
3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos.....	37
3.3.2 Métodos empíricos.....	37
3.3.3 Técnica e instrumento.....	37
3.4. El procesamiento estadístico de la información.....	38

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Análisis de la situación actual.....	39
4.2. Análisis comparativo, evolución tendencia y perspectivas.....	50

4.3. Resultados.....	50
4.4. Verificación de la hipótesis.....	53

CAPITULO V

5. PROPUESTA

5.1. Tema.....	54
5.2. Justificación.....	54
5.3. Fundamentación.....	55
5.4. Objetivos.....	57
5.4.1. Objetivo general de la propuesta.....	57
5.4.2. Objetivos específicos.....	57
5.5. Ubicación.....	57
5.6. Factibilidad.....	59
5.7. Descripción de la propuesta.....	89
5.7.1. Actividades.....	89
5.7.2. Recursos, Análisis Financiero.....	90
5.7.3. Impacto.....	91
5.7.4. Cronograma.....	93
5.7.5. Lineamiento para evaluar la propuesta.....	94
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	97
1. Bibliografía.....	99
2. Anexos.....	101
Anexo 1. Autorización de las Autoridades del IESS-Milagro, para la realización del Proyecto.....	102
Anexo 2. Encuesta dirigida al personal interno del Hospital IESS- Milagro.....	103
Anexo 3. Guión radiofónico.....	107
Anexo 4. Tríptico.....	108
Anexo 5. Fotos.....	110
Anexo 6. Demo en CD del Guión Radiofónico.....	114

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y GRÁFICOS

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.	Operacionalización de las variables.....	32
Cuadro 2.	Pregunta de encuesta No. 1.....	39
Cuadro 3.	Pregunta de encuesta No. 2.....	40
Cuadro 4.	Pregunta de encuesta No. 3.....	41
Cuadro 5.	Pregunta de encuesta No. 4.....	42
Cuadro 6.	Pregunta de encuesta No. 5.....	43
Cuadro 7.	Pregunta de encuesta No. 6.....	44
Cuadro 8.	Pregunta de encuesta No. 1.....	45
Cuadro 9.	Pregunta de encuesta No. 2.....	46
Cuadro 10.	Pregunta de encuesta No. 3.....	47
Cuadro 11.	Pregunta de encuesta No. 4.....	48
Cuadro 12.	Pregunta de encuesta No. 5.....	49
Cuadro 13.	Verificación de la hipótesis.....	53
Cuadro 14.	Inversión de activos fijos.....	87
Cuadro 15.	Depreciación de los activos.....	87
Cuadro 16.	Sueldos y beneficios sociales.....	88
Cuadro 17.	Pagos de sueldos.....	88
Cuadro 18.	Gastos generales.....	89
Cuadro 19.	Recursos, Análisis Financiero.....	90
Cuadro 20.	Recursos financieros.....	91
Cuadro 21.	Cronograma.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Mapa.....	58
Figura 2	Foto del Hospital del IESS-Milagro.....	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.	Pregunta de encuesta No. 1.....	39
Gráfico No. 2.	Pregunta de encuesta No. 2.....	40
Gráfico No. 3.	Pregunta de encuesta No. 3.....	41
Gráfico No. 4.	Pregunta de encuesta No. 4.....	42

Gráfico No. 5.	Pregunta de encuesta No. 5.....	43
Gráfico No. 6.	Pregunta de encuestaNo. 6.....	44
Gráfico No. 7.	Pregunta de encuestaNo. 7.....	45
Gráfico No. 8.	Pregunta de encuestaNo. 8.....	46
GráficoNo. 9.	Pregunta de encuestaNo. 9.....	47
Gráfico No. 10.	Pregunta de encuestaNo. 10.....	48
Gráfico No. 11.	Preguntade encuestaNo. 11.....	49
Gráfico No. 12.	Organigrama estructural.....	61
Gráfico No. 13.	Flujograma Jefe de Relaciones públicas.....	68
Gráfico No. 14.	Flujograma Asistente de Relaciones Públicas.....	70



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN.

PROYECTO:

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE: LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL MENCIÓN: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

RESUMEN

La propuesta fue realizada en el Hospital IESS del Cantón Milagro, Institución que cuenta con equipos de tecnología de punta y talento humano profesional, para beneficio de los afiliados. Milagro es la segunda ciudad de importancia de la provincia, reflejando pujanza, trabajo y progreso en una zona industrial, agrícola y comercial, así mismo mantiene un crecimiento poblacional urbanístico como rural, por ello, hay más exigencias de los afiliados afectados en su salud, esto implica cambios; teniendo como base principal aplicar el sistema comunicacional entre los usuarios, para que no existan barreras y dando como resultado una eficaz cultura organizacional, siendo esto el principal objetivo del desarrollo de este proyecto, garantizando un cambio y una fortaleza en el cumplimiento de la misión y visión de la misma, por tal razón, vi oportuna la importancia de la aplicación de “Estrategia de Gestión de Comunicación, para mejorar la Cultura Organizacional en el Hospital IESS-Milagro”.

Se aplicó el método empírico, utilizando como herramienta investigativa la encuesta dirigida a los afiliados, jubilados y empleados de la entidad, con el objetivo de comprobar su grado de satisfacción por el servicio que reciben, obtenidos los datos de este instrumento se procedió a realizar la interpretación

de resultados, donde se constató que efectivamente existe una carencia en la comunicación, información relevante que conllevó a la conclusión de Implementar una Jefatura de Relaciones Públicas en la Entidad, teniendo el propósito de difundir información sobre programas de salud y seguridad, para mejorar la comunicación a una población donde se muestran altos índices de desinformación de los beneficios que presta esta Institución, según los resultados arrojados de la encuesta.

La propuesta sobre la creación de la Jefatura de Relaciones Públicas, satisface las expectativas de sus directivos, Administración, médicos, enfermeras, para la atención de calidad y calidez de los beneficiarios en general.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE LAS CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y
COMUNICACIÓN.**

**PROYECTO:
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

ABSTRACT

The proposal was made in the Canton Hospital IESS Miracle institution that has teams of technology and professional human talent for the benefit of members. Miracle is the second most important city of the province, reflecting strength, work and progress in an industrial, agricultural, commercial and population growth remains the same urban and rural, so there are more demands on the affected enrollees in their health, This involves changes; on the basis of applying the system primary communication between users, so there are no barriers and resulting in an effective organizational culture, this being the main objective of this project development, ensuring strength exchange and compliance mission and vision of it, for that reason, I saw the importance of timely implementation of "Management Communication Strategy to improve the organizational culture at the Hospital IESS-Miracle."

Empirical method was applied, using the survey research tool directed to members, retirees and employees of the entity, in order to check their level of satisfaction with the service they receive, obtained the data from this instrument proceeded to perform interpretation of results, where it was found that indeed there is a lack in communication, relevant information that led to the conclusion Implement a Public Relations Head of the Institution, with the purpose of disseminating information on health and safety programs to

improve communication to a population showing high levels of misinformation of the benefits provided by this institution, according to the results obtained from the survey.

The proposal on the creation of the Head of Public Relations satisfies the expectations of its directors, management, doctors, nurses to quality care and warmth of beneficiaries in general.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está direccionado a la información comunicacional que se maneja en el Hospital IESS-Milagro tanto interna como externamente; es decir, los funcionarios y los pacientes.

Todas las actividades humanas, aún sean preponderantes y extraordinarias, necesitan ser publicitadas, requieren ser reconocidas públicamente, para poder ser acogidas o rechazadas por la sociedad.

Hoy en día, es ya conocida la magnánima importancia de las Relaciones Públicas en empresas e instituciones como una alternativa primordial en la Gestión de la Comunicación, su influencia social y su papel en el futuro organizacional, así como sus lazos íntimos con su estructura y formación, para preservar su imagen frente al mercado en el cual interactúan.

A continuación, presentamos un estudio sobre las relaciones públicas, como una estrategia en la gestión de la comunicación establecida en el Hospital de IESS, el cual consiste en identificar los medios comunicacionales que utilizan para informarse e informar, para lo cual se ha establecido la problemática central de este estudio, así como la determinación de objetivos que conlleven a una mejor ejecución de este proyecto, seguidamente se realizó una serie de investigaciones tanto bibliográficas como de web gráfica, para fortalecer el marco teórico el mismo que contiene información referente al tema planteado.

Además se ha establecido la metodología del proyecto, la cual es de modalidad cualitativa. Contamos con el marco metodológico el mismo que da la pauta para el respectivo estudio e investigación de la muestra que se estableció para la empleación de la herramienta investigativa como la encuesta, con la finalidad de obtener información relevante sobre tema planteado.

Seguidamente se realizó la tabulación e interpretación de la información obtenida en el proceso de encuesta, datos que se verán representados en gráficos de tipo pastel en el capítulo cuatro.

En el quinto capítulo tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la empresa, y la ejecución de la misma direccionada a la optimización de la comunicación interna y externa.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de esta entidad de salud.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1.1 Problematicación.

El IESS es una institución de salud que alberga más de 60.000 afiliados, la cual está bien distribuida en cada una de sus áreas y cuenta con un personal altamente capacitado, sin embargo, la deficiencia comunicacional que se maneja interna y externamente está afectando las relaciones entre usuarios, esta situación se origina puesto no existe una Jefatura de Relaciones Públicas que optimice la información tanto para el usuario interno como externo, lo cual genera una mala imagen a esta Institución.

La falta de coordinación entre jefes departamentales se da debido a que no se realizan reuniones periódicas donde se expongan, sugerencias, iniciativas y manejo de información con respecto a las actividades a realizarse para evitar desinformación que atrase el trabajo de los funcionarios así como a los pacientes quienes son la prioridad ante cualquier suceso que pase dentro de la institución.

La carencia en la difusión de las áreas que posee esta entidad hacia el usuario interno se origina por la poca importancia de la dirección general del hospital en buscar los medios idóneos de incorporar personal experto en comunicación, que optimice los canales de información para una mejor comunicación visual y física, esta deficiencia comunicativa le está restando productividad a este hospital.

Todo ello rodeado por un desconocimiento generalizado sobre su naturaleza, visión y misión, peor aún, sobre las contribuciones efectivas que desarrollan las Relaciones Públicas a la consecución de los objetivos de la institución, lo cual ocasiona que la institución no se amolde a las necesidades del mercado, por su errónea organización, generando poca competitividad de la misma.

Cabe mencionar que el relato de de la problemática central y los subproblemas se constató a través de visitas al Hospital y de haber realizado diversas encuestas verbales (no estadísticas), donde además pudimos descifrar que por lo general los Directores Generales y demás encargados de las diferentes funciones, de esta importante Casa de Salud, se enfrentan con pensamientos equivocados acerca de la aplicación y funciones de las Relaciones Públicas.

Pronóstico.

El que la Institución siga manejándose con deficiencias en al aspecto comunicacional se verá afectada considerablemente las relaciones entre usuarios, por lo cual la institución proyecta una mala imagen, la cual influye en la productividad de esta entidad de salud.

Control de pronóstico.

Para evitar el pronóstico es necesario optimizar las relaciones entre usuarios a través de un departamento de relaciones públicas el cual optimice el manejo de la información, la cual sea comunicada por los distintos medios que se utilizan en la entidad, con la finalidad de que la institución proyecte una buena imagen.

1.1.2. Delimitación del problema

Área: Comunicación

Campo: Organizacional

Aspecto: Uno de los principales problemas que enfrentan las diversas instituciones o empresas que ofrecen algún tipo de servicios es la falta de estrategias de comunicación y de gestión dentro de su organización, afectando directamente en la difusión de mensajes focalizados.

Tema: Relaciones Públicas: Estrategia de Gestión de la Comunicación en el Hospital del IESS-Milagro.

Problema: La inadecuada planificación de la Gestión Institucional, la falta de protocolos de atención, la poca difusión de los servicios ofertados induce a la baja imagen institucional generando poca competitividad de la misma.

Tiempo:

Esta investigación se realizará en el Hospital IESS-Milagro, la misma que facilitará la información para realizar el respectivo análisis de la problemática.

Esta información será recopilada mediante la revisión de investigaciones bibliográfica, Web gráfica y documental que tendrá una antigüedad no más de 5 años.

Universo:

La recopilación de la información será aplicada a los funcionarios de la entidad.

1.1.3 Formulación del problema.

¿Qué efecto tendría la optimización del manejo de la información comunicacional en la productividad del Hospital IESS-Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema.

¿Cómo utilizarán los medios de comunicación los funcionarios del IESS-Milagro?

¿La falta de una Jefatura de Relaciones Públicas, afectará en la comunicación de los usuarios?

¿Cómo afecta la falta de coordinación en el manejo de la información interna del Hospital IESS-Milagro?

¿De qué manera habrá desconocimiento en la difusión de información en las áreas departamentales del IESS y su productividad?

¿De qué manera influirán las deficiencias comunicacionales en las necesidades de los usuarios externos?

1.1.5 Determinación del tema

Estrategia de Gestión de Comunicación para mejorar la cultura organizacional en el Hospital del IESS-Milagro.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Generales

Optimizar los procesos estratégicos, comunicacionales y de gestión del Hospital del IESS-Milagro, a través del correcto funcionamiento, gestión y aplicación de las Relaciones Públicas.

1.3.2. Específico

- Determinar los medios de comunicación que utilizarán los funcionarios del IESS-Milagro.
- Establecer la importancia de una Jefatura de Relaciones Públicas en la optimización de la comunicación de los usuarios.
- Determinar la incidencia que tiene la falta de coordinación en el manejo de la información interna del Hospital IESS-Milagro
- Acrecentar la difusión de mensajes focalizados en el Hospital del IESS-Milagro, para lograr su correcto posicionamiento.
- Establecer una política de atención y servicios de citas a los usuarios.

1.5. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día, con el auge y demanda de afiliados que cuenta el Hospital del IESS-Milagro, además de los servicios que presta esta importante casa de salud, no solo para los habitantes milagreños, sino también para las zonas de influencia, que se sitúan alrededor de la urbe, es de vital importancia desarrollar una Estrategia de Gestión de la Comunicación, a través de la

correcta aplicación y funcionamiento de las Relaciones Públicas, para mejorar la cultura organizacional. La misma que se basa en la política comunicacional de la institución, enfocada a los clientes (afiliados) así como al personal interno (trabajadores), puede dar resultados inmediatos al prestigio de la Institución y de la seguridad social, focalizando medios de intercomunicación externa e interna de todos sus públicos. En la actualidad, hacer un correcto uso de las relaciones públicas es como realizar una guía para directores y demás encargados de la función, y “cualquier esfuerzo que haga en una empresa o institución para generar una mejor imagen es excelente”¹. Las RRPP ayudan a estas a llegar de forma más directa a los consumidores finales o público objetivo, función que muchos gerentes o las personas que están al frente de las organizaciones lo desconocen al ejecutar este proyecto de investigación, el mismo que optimizará un mejor servicio a la colectividad, que no hacen buen uso de las estrategias de difusión y una buena dirección o guía y así genera los objetivos con éxito.

Para lograr una mayor efectividad en la obtención de información sobre la problemática planteada, se realizará una encuesta dirigida a los funcionarios de esta prestigiosa entidad, con el objetivo de detectar las debilidades y convertirlas en oportunidades, que exterioricen la imagen de la institución. El propósito de este estudio es obtener la implementación de un departamento de relaciones públicas en el Hospital IESS-Milagro, el cual se encargue de manejar la información comunicacional tanto para el usuario interno como externo.

¹ Chasqui, diciembre del 2005, Revista Latinoamericana de Comunicación. CIESPAL Quito.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.

2.1.1 Antecedentes históricos.

La difusión del mensaje, el análisis de los públicos, el desarrollo del mensaje clave, la adaptación del mensaje al público e identificación de los vehículos de difusión, son entre otros los medios claves para establecer una comunicación efectiva desde la organización².

La ambigüedad de la mayoría de las definiciones de Relaciones Públicas dadas por los diversos profesionales es tal, que podría aplicarse a cualquier otra *disciplina* comunicativa como, por ejemplo, la publicidad. Esto no hace más que corroborar que si algo caracteriza a las relaciones públicas a la hora de intentar definir las, es el confucionismo existente acerca de lo que son. Lo cierto, es que nadie pudo negar contradecir esta aseveración cuando formulamos al empresario la interrogante de ¿Qué entiende por relaciones públicas?, incluso varios representantes de las organizaciones milagreñas no solo consideran que el concepto de Relaciones Públicas está desprestigiado, consideran también que está desintegrado, según como se mire dentro del concepto de comunicación y organización como principal factor de Competitividad para las empresas.

² Conferencia de Relaciones Públicas y comunicación efectiva, desarrollada por el Lic. Carlos Ibañez en el Simposio de Comunicación Social, efectuado en la UNEMI el 20 y 21 de enero de 2011.

Hospital del IESS-Milagro³

En Milagro por el año 1940 fue creado el primer dispensario de atención ambulatoria con un médico general, después de aproximadamente 2 décadas se crea el dispensario con el nombre de Unidad Médica #30 ubicado en las calles Rocafuerte entre García Moreno y 24 de mayo, lo que permitió el incremento de cobertura.

En la década del 70, al incrementarse la demanda de usuarios la Unidad Médica mejoró la infraestructura y recursos humanos para la atención en salud, con capacidad de 24 camas, servicio de quirófano, hospitalización y sala de parto.

El 10 de mayo del 2004 se inauguró el moderno edificio en la ciudadela San Miguel, comúnmente conocida como 100 camas, al Sur de la ciudad en la avenida Miguel Campodónico Martínez, ahora con la nomenclatura de Dr. Vicente Asan Ubilla, entre las calles Manuel Ascázubi y calle D, a 800 metros del destacamento de la Policía Nacional. En el año 2005 pasó a denominarse Hospital Dr. Federico Bolaños Moreira en honor al distinguido galeno, como uno de los principales fundadores de la institución.

El Hospital IESS-Milagro tiene superficie total de 15.227.84 m² de construcción, con 4 pisos distribuidos para consulta externa, estadística y admisión la planta baja; área administrativa, salón auditorio, capilla el primer piso; central de cirugía esterilización, cuidados intensivos residencia de médicos el segundo piso; área de hospitalización clínica el tercer piso; área de cirugías y gineco-obstetricia el cuarto piso.

Actualmente siendo nivel 2, cuenta con 100 camas hospitalarias, además de un área de pediatría totalmente implementada. Esta institución cubre de atención médica a aproximadamente 60.000 afiliados que abarca no solamente a la ciudad de Milagro, sino todos sus alrededores como son Bucay, Naranjito, Marcelino Maridueña, Ingenio San Carlos, todos los recintos correspondientes

³ Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

a Mariscal Sucre, Los Monos, Virgen de Fátima, Naranjal, y posee cobertura a todo el Seguro Social Campesino de los dispensarios del IESS.

El tipo de beneficiarios de esta institución son los usuarios que tienen seguros individuales y familiares, jubilados, seguros campesinos, montepío, voluntarios, riesgos laborales y pacientes que no son afiliados y necesitan atención de emergencia.

La principal vía de acceso se encuentra totalmente habilitada, se puede llegar en cualquier tipo de transporte, pero la única línea de servicio público urbano es la #10, la cual pasa cada 15 minutos. Además el hospital cuenta con un moderno helipuerto y en algunas ocasiones ha prestado servicio en coordinación con la Base Aérea, la Policía Nacional y el Cuerpo de Bomberos. El presupuesto asignado anualmente aborda los 8 millones de dólares. El 70% del presupuesto institucional se lo utiliza para pagos de servicios personales, el 25% de activos de larga duración y el 7% de servicio básico. La patología con mayor porcentaje es la Hipertensión Arterial con el 45% relacionado a que la mayoría de los pacientes son de la tercera edad, los mismos que también sufren de diabetes con un 11%.⁴

2.1.2 Antecedentes referenciales

COMUNICACIÓN.⁵

Existen dos tipos de contradicción en la comunicación: la primera es que la importancia de la comunicación administrativa es tan fácilmente notable que, en principio, no se necesitarían mayores análisis.

De hecho, un gerente pasa la mayor parte del tiempo comunicándose: romper la comunicación eliminaría el propio ejercicio de la función gerencial. La segunda razón es que la comunicación está presente en todas las otras funciones gerenciales como, por ejemplo, planificación, coordinación y control.

⁴ Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

⁵ <http://www.slideshare.net/cenriquecs/liderazgo-empresarial-1630447>.

El análisis de esas funciones siempre implica tratar también con la comunicación. La comunicación administrativa es un proceso social en el cual una persona desea transmitir a otra cierta información. En ese proceso participan la persona que envía el mensaje y la que lo recibe. La comunicación comienza como un proceso estrictamente personal, es decir, el pensamiento del comunicador. De acuerdo con sus valores, concepciones y percepciones, este codifica la idea que desea transmitir a alguien. Cuando el otro recibe el mensaje, se inicia un nuevo proceso en el pensamiento. La comunicación se completa cuando el receptor comprende el mensaje y proporciona a las otras algunas respuestas de que las ideas fueron bien entendidas. En la práctica el proceso descrito no resulta tan simple como parece.

La comunicación administrativa se lleva a cabo no solo en un medio altamente personal y valorativo, sino también variable en cuanto a la forma y al medio en que se utiliza. La comunicación es un proceso por el cual los individuos atribuyen significados a sus percepciones del mundo. Ese proceso establece nuevas jerarquías entre los conocimientos que se poseen. Por lo tanto, la comunicación administrativa no puede ser vista simplemente como una transmisión pasiva de datos, según canales preestablecidos, entre personas y grupos de una organización. La comunicación administrativa posee canales, formas predeterminadas que hacen a las personas más o menos dispuestas a la comunicación. Por medio del estudio de los obstáculos para su ejecución que mejor se comprende la comunicación administrativa. Tales obstáculos son de dos naturalezas: *de la organización y humanos*.

Barreras dentro de la organización.

Estas barreras tienen que ver con el contenido del mensaje y con los canales establecidos para la comunicación. Se refiere a los obstáculos más directamente creados en determinada institución. Ejemplos de estas barreras pueden ser:

- **Exceso de información:** transmisión efectiva de datos que reduce la capacidad de procesamiento del interlocutor, tanto como su capacidad de atribuir relevancia y comprender el real significado del mensaje.

- **Omisión de claridad en el contenido del mensaje:** no existe transmisión de información disponible, fácilmente recopilada, u omisión intencional de datos, normalmente para garantizar la seguridad y conveniencia de quien la envía.
- **Falta de claridad en el documento del mensaje:** demasiado uso de jerga técnica, incomprendible para la mayoría de los interlocutores.

Barreras personales.

Las barreras personales tienen que ver con la personalidad, capacidad de expresión y estilos gerenciales. Estas se refieren a las características inherentes a la personalidad, o aprendidas externamente, que son traídas por el individuo a la organización.

Esas barreras pueden ser ejemplificadas en los siguientes factores:

- **Interacción personal deficiente:** la dificultad para las relaciones personales genera desconfianza, protecciones, defensas, que restringen el acceso a la verdad de la información.
- **Falta de apoyo del grupo de referencia:** la comunicación administrativa es un proceso social que involucra siempre a más de dos personas, pues incluye a sus grupos de referencia y a las actividades en que se encuentran.
- **Énfasis en el estatus social:** acentúa las diferencias humanas por cualquier factor, sea esto profesional, edad, jerarquía, cargo, etc., y ayuda a crear distanciamiento entre las personas.

El análisis de las diferentes barreras para la comunicación sirve para reforzar la idea de que la comunicación es sobre todo, sentimiento, personalidad, estilo y variación. Esta posee motivos y formas que, en parte, son únicos de cada personalidad. Por lo tanto, la comunicación exige de los interlocutores comprensión, tolerancia y atención a las diversas formas que las personas usan para expresarse.

Importancia de la comunicación.

- Casi todas las funciones gerenciales son ejercidas a través de comunicación.
- Los gerentes pasan la mayor parte de su tiempo comunicándose. Eso no significa necesariamente que son buenos comunicadores.
- La eficiencia en la gerencia aumenta cuando la comunicación se vuelve más efectiva.
- Los gerentes poseen varios medios de comunicación; sin embargo, usan más intensamente la comunicación oral cara a cara.
- La comunicación es un proceso social que exige, no solamente la transferencia de información de una persona a otra, sino también, el significado y la comprensión que la persona comunicada posee sobre la información.

Pasos para comunicarse mejor en reuniones.

- Prepararse sobre el tema y sobre los objetivos de las reuniones, teniendo claro el tipo de conclusión esperada.
- Lea el material de apoyo necesario para el seguimiento de las decisiones.
- No provoque alteraciones ni en la agenda ni en el tema de discusión
- Considere y respete las opiniones de los otros participantes.
- Oiga atentamente y evite la realización de actividades paralelas.

RECURSOS HUMANOS.⁶

⁶ <http://www.slideshare.net/cenriquecs/liderazgo-empresarial-1630447>.

El progreso tecnológico ha contribuido a que los productos y servicios y la manera en que estos son producidos o prestados sean cada vez más semejantes. La innovación, la calidad y la productividad pasaron a ser términos predominantes en la búsqueda por la supervivencia, importancia y progreso de una organización. Esos temas siempre se prestaban junto a una fuerte preocupación con la dimensión humana reflejada, por ejemplo, en la mayor atención al público y cliente y en la calidad de la vida funcional.

De hecho, en un mundo de mayor uniformidad tecnológica, las grandes diferencias entre empresas privadas o públicas se notan por la calidad de los recursos humanos disponibles. Son las personas las que aportan las habilidades, los conocimientos y la experiencia necesaria al desarrollo de una organización.

En ese contexto, los hospitales contemporáneos al sentir las presiones por más y mejores servicios, acaban de concluir que la mayor parte de su lucha diaria tiene que ver con la calidad y el desarrollo de las personas.

Se mantienen funciones clásicas de cómo atraer, mantener y capacitar a las personas, pero también se introducen nuevas perspectivas sobre el ser humano en el trabajo. Esas nuevas visiones están relacionadas a la satisfacción profesional y al progreso junto a una nueva atención sobre la inserción y el desarrollo que integran a la persona en el ambiente de trabajo.

Entonces, la gestión de recursos humanos adquiere una importancia estratégica y deja de ser secundaria o posterior a la planificación de la organización. Pasa a ser vista y estructurada de forma diversa, incluyéndose principalmente:

- **La vinculación más estrecha con la planificación estratégica:** define sus objetivos y prioridades. De esos objetivos es que surgen los conocimientos, habilidades necesarias, nuevas formas de proyectar el papel de las personas en el ambiente de trabajo, criterios de contribución, retribución y posibilidades de progreso de cada cual.

- **Una marcada de descentralización en la gestión de recursos humanos:** las variaciones en la tecnología, en las demandas de mercado y en la necesidad creciente de identificar a la clientela, han fortalecido las perspectivas sectoriales en la definición de las políticas e implementación de asuntos relativos a la gente.

La nueva visión estratégica de la gestión de recursos humanos, puede ser entendida si se hace un contraste con las perspectivas más clásicas. La gestión de recursos humanos se inició como una simple función de registro del personal a lo cual fueron sumadas las funciones legales que hoy contribuyen en casi todos los países, un laberinto jurídico de derecho laboral.

De esa manera, se hicieron resaltar, en determinadas ocasiones, las funciones de selección, de planificación de carrera, de clasificación de cargos, etc. Hoy en día, todas éstas constituyen actividades, comienzan a adquirir nuevas perspectivas integradas por una visión estratégica común, de responsabilidad de todos los gerentes. Estas funciones pueden ser divididas en cuatro grandes áreas:

Funciones relacionadas a la movilidad entre cargos.

Esas funciones se refieren a todo movimiento entre cargos por razones diversas, tales como cambios tecnológicos, nuevas demandas o la creación de funciones más complejas. Esos movimientos se llevan a cabo, por ejemplo, por medio de la selección, promoción o intercambio.

En la visión estratégica, esas funciones pasan a considerar no solo los conocimientos y habilidades necesarias para el desempeño de las tareas presentes, sino, sobre todo, aquellos relacionados a los cambios del momento o que se proyecta para el futuro en la dirección de la organización. Las tareas temporarias, los cargos variables, las diversas presiones para el cambio, alteran la naturaleza del compromiso del individuo con la organización.

Funciones relacionadas a la distribución.

La evaluación tradicional, en principio, se basa en una lógica simple: definir patrones, verificar desempeño efectivo en función de esos patrones y estimar la contribución del funcionario. Ese cálculo inmediatamente estaría vinculado a otras dimensiones de recursos humanos como promoción, retribución, etc. En la práctica, esa lógica aparece como algo conflictivo y difícil uso. La principal razón es que los patrones de desempeño, algo efectivo y las condiciones de la organización ofrecidos al individuo, dependen de juicios altamente controvertidos y variables. Por ejemplo, los patrones tienden a ser definidos en base a las experiencias pasadas, pero que no siempre son alcanzables por todos; los juicios sobre el desempeño son difíciles de comparar, pues contienen, muchas veces, evaluaciones sobre tareas que no estaban previamente descritas en los mismos. Estas variables hacen que hasta las organizaciones que más perfeccionan sus sistemas de evaluación los utilicen poco para sus revisiones estratégicas.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

Relaciones Públicas

CHANG Caroline manifiesta que:

“Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras”.⁷

Buscan insertar a las organizaciones dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos a fin de crear vinculaciones provechosas para ambas partes mediante la concordancia de sus respectivos intereses, implementando técnicas de negociación, marketing, publicidad y administración para complementar y reforzar su desempeño en el marco de un entorno social particular y único que debe ser estudiado con máximo esmero para que esas

⁷Tomado de la conferencia desarrollada por la MSc. Caroline Chang, especialista en Relaciones Públicas y Estrategia, en el Simposio de Comunicación realizado en la UNEMI.

acciones puedan ser bien interpretadas y aceptadas por los distintos públicos a quienes se dirige un programa de Relaciones Públicas.

Relaciones Humanas y Relaciones Públicas:⁸

Relaciones Humanas son vinculaciones entre los seres humanos o personas. En las relaciones públicas se establecen relaciones entre las personas (individuo) o una organización (grupo). Quiere decir, que en las relaciones públicas uno de los extremos de la relación es siempre un grupo. Mientras que en el caso de las relaciones humanas, en ambos extremos de la relación existe una persona individual.

Para llegar a las relaciones públicas es preciso primeramente pasar por las relaciones humanas, en efecto es muy difícil proyectar una imagen favorable de la organización si esta no conforma un grupo homogéneo, en el que impera un sentimiento de simpatía, colaboración y entendimiento entre sus miembros.

Toda bien planificada campaña de relaciones públicas debe iniciarse con una intensa actividad de Relaciones Humanas.

Objetivos de las Relaciones Públicas:

Teniendo en cuenta la clasificación anterior de los públicos, los objetivos de las relaciones públicas se dividen en:

- Objetivos con los públicos internos y públicos externos.

Objetivos con los públicos internos: Lo que se prioriza fundamentalmente, con referencia a los públicos internos, es la formación o constitución del llamado "grupo empresa", es decir, que la totalidad de los integrantes de la organización, desde el más elevado directivo o ejecutivo hasta los empleados de menor nivel jerárquico, constituyan un grupo, en el auténtico sentido de la palabra "grupo" a un conjunto de personas que poseen un objetivo común e

⁸ Revista Gestión <http://www.revistagestion.com> - <http://www.gestiopolis.com>

interaccionan entre sí. Pero, es menester destacar que sólo merced a la comunicación puede establecerse el objetivo común, lo mismo que la interacción. Para que esto pueda realizarse es necesario que se establezca entre ellas un sistema de comunicación, que es el medio básico indispensable para la formación del denominado grupo empresa en una organización.

Es indudable que éste no es el único objetivo de las relaciones públicas con referencia a los públicos internos, pues existen otros tales como; sentido de pertenencia a la organización, elevación del grado de satisfacción de los recursos humanos, creación de una cultura de venta en todas las escalas y dependencias, etc., pero, todos los demás objetivos devendrán como consecuencia de lograrse la formación del grupo empresa dentro de la organización.

A los efectos de la creación del "grupo empresa", cada una de las áreas o departamentos de la entidad deberá reunir a sus integrantes periódicamente, bajo la dirección del correspondiente jefe, quien deberá organizar, promover y dirigir la realización de tres tipos de comunicación:

En primer lugar, hablará el superior dando las indicaciones, órdenes, comunicación de nuevas metas, correcciones, etc. (comunicación de arriba para abajo).

La segunda etapa de la reunión, es la cual el jefe estimulará a sus subordinados para que hagan sugerencias sobre el mejor modo de llevar a cabo el trabajo a cargo del área o sección.

La tercera etapa consiste en que los presentes coordinen sus trabajos y actividades con el propósito de evitar que, por falta de comunicación adecuada, se produzcan desentendimientos y fricciones entre los diversos sectores de la organización.

Beneficios aportados al grupo empresa por las RRPP:

Innumerables son los beneficios producidos por la implementación de un sistema tendiente a la formación del grupo empresa para cualquier organización:

Eleva el rendimiento o productividad del trabajador, dado que éste se siente participe e involucrado en las decisiones adoptadas, pues ha participado en la elaboración de las mismas. Se produce una sensible disminución de los costos, debido a la eficiencia con que los recursos humanos cumplen sus respectivas labores.

Se logra una capacitación permanente del personal, tanto de los jefes como de los subordinados. En las reuniones periódicas, por medio de las enseñanzas e indicaciones que los superiores hacen a sus subordinados.

Se estimula la creatividad. Se crea un espíritu de pertenencia.

Objetivos con los públicos externos: Básicamente son dos los objetivos a ser perseguidos por las relaciones públicas con referencia a los públicos externos: Proyectar una imagen positiva en dichos públicos haciendo que los mismos experimenten simpatía hacia nuestra empresa o institución y nos brinden su apoyo y comprensión.

Lograr, por medio de un dialogo permanente, la concordancia de intereses entre la organización y sus diversos públicos para beneficio de ambas partes.

Relaciones Públicas internas

Grupos en la empresa

En toda empresa, dentro de su público interno, existen y se forman grupos de afinidad que es conveniente tenerlos en cuenta en el programa de relaciones públicas que se elabore. Dichos grupos se constituyen por diversos motivos, tales como el sexo, el estado civil, el origen de nacimiento, el partido político al que pertenecen los trabajadores, etc. La pregunta que surge de inmediato es si el profesional de relaciones públicas debe recomendar a la dirección de la organización que instaure una política que inhiba la formación y expresión de

tales grupos en áreas de la unidad e integración de la totalidad del personal, lo cual podría resultar beneficioso para la productividad de la empresa o, por el contrario, que la dirección empresaria permita la libre expresión de dichos grupos. La respuesta al interrogante planteado está, evidentemente, en relación con el principio de que la empresa debe ser un medio para la autorrealización de todos y cada uno de sus integrantes y la de permitir la libre formación y actuación de los grupos que naturalmente surjan dentro de la entidad. Es notorio que el rendimiento del personal está estrechamente anexo al íntimo sentimiento que éste tenga de que la empresa en la cual trabaja le permite hacer realidad sus aspiraciones y proyectos.

Estrategia

Según el artículo por PORTER Michael:

“Lo Estratégico trata de lograr una ventaja competitiva sustentable preservando aquellos aspectos que distinguen a una organización, institución o compañía. Esto significa desarrollar actividades distintas a las iniciadas por los demás o emprender actividades similares de manera diferente”⁹. El autor en la obra ¿Qué es estrategia? define varios principios claves para el posicionamiento estratégico de las empresas, especificando ciertos ejemplos aplicables al momento de implantar la estrategia.

Principios Claves del Posicionamiento Estratégico.

El posicionamiento estratégico se basa en tres principios claves que no se excluyen entre sí y que con frecuencia se sobreponen.

1. POSICIONAMIENTO ORIENTADO EN LA VARIEDAD.

El posicionamiento puede estar orientado a producir un subconjunto de los productos o servicios de una institución u organización, pues más que apoyarse en los segmentos de clientes se apoyan en la elección de variedades de servicios. Su cadena de valor logra un servicio más rápido y

⁹ Adaptación del Artículo por Michael E. Porter, **HARVARD BUSINESS REVIEW**, ¿Qué es Estrategia? DIC. 2005

a menor costo que otros talleres de reparación más grande, consiguiendo una combinación tan atractiva que muchos usuarios.

2. POSICIONAMIENTO BASADO EN LAS NECESIDADES.

Otro criterio estratégico es el de satisfacer todas las necesidades de un grupo objetivo de clientes, o al menos la mayoría de ellos, surge cuando existen un grupo de clientes con necesidades diferentes y cuando se diseñan un conjunto de actividades en orden a satisfacer mejor esas necesidades.

3. POSICIONAMIENTO BASADO EN EL ACCESO.

Es la segmentación de clientes según los métodos empleados para acceder a ellos. Aunque sus necesidades son similares a las de otros clientes, la mejor manera de diseñar las actividades para acceder a ellos es diferente. El acceso puede depender de la geografía o del número de clientes o de cualquier otro factor que determine cuál es el mejor conjunto de actividades destinadas a acceder a ellos. La segmentación según el acceso es menos común y menos comprendida que los otros dos criterios. Al operar en ciudades pequeñas, se puede utilizar un marketing altamente personalizado en el que un gerente puede conocer los gustos de los espectadores y fomentar la asistencia a través de contactos personales.

Cualquiera sea el criterio, variedad, necesidades, acceso o alguna combinación de los 3, la estrategia requiere ajustar un conjunto de actividades, pues siempre depende de las diferencias por el lado de la oferta, es decir, diferencian las actividades. Sin embargo, el posicionamiento no siempre es una función de las diferencias en el lado de la demanda o del consumidor. En conclusión estrategia es la creación de un posicionamiento exclusivo y valioso e implica un conjunto diferente de actividades. La esencia del posicionamiento estratégico es elegir actividades diferentes a las ejecutadas por los rivales.

La estrategia requiere que usted compita realizando compensaciones (“trade-off”), es decir, determinar lo que no se va a hacer. Las compensaciones se producen cuando las actividades no son compatibles. En términos simples, un

“Trade-off” implica que, para tener más de algo hay que tener menos de otra cosa. Algunas actividades competitivas son incompatibles.

Así sólo se pueden obtener ganancias en un área a expensas de otra. Por ejemplo, el jabón Neutrógena; está posicionado más como un producto médico que como uno de limpieza personal, así la compañía renuncia a grandes volúmenes y sacrifica las eficiencias de fabricación, renunció a la venta en supermercados y al uso de las ofertas.

El investigador español Justo Villafañe: La gestión empresarial no es un valor absoluto en sí mismo, sino que está poderosamente influida por valores sociales y culturales; que los directivos son, además de gestores, fabricantes de significados y de símbolos y que el mito y los rituales deben ser introducidos en el management porque sus productos y/o servicios deben poseer significados.

Gestión de la Comunicación.

Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos, denominado política comunicacional o política de comunicación, mediante la cual se despliega una variedad de recursos de comunicación con la finalidad de apoyar la labor de las organizaciones¹⁰.

A través de la Gestión en la Comunicación o Política Comunicacional se define las actividades a desarrollar a corto, mediano y largo plazo, mediante los objetivos operativos y funcionales, indicando el despliegue de todo el aparato comunicacional a utilizar, el mismo que está destinado al personal interno y externo con el objeto de:

- Promover la comunicación entre los miembros.
- Facilitar la integración entre las realizaciones personales y las institucionales.
- Reducir los focos de conflicto a partir del fortalecimiento institucional.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.

¹⁰ Portal de Relaciones Públicas, <http://www.rppnet.com.ar/gestiondelacomunicacion.htm>

No hay que olvidar que la Comunicación interna o externa de toda organización esta inmersa en la Cultura Organizacional. Es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, ritos, signos etc., fundamentada en la concepción que la organización tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de la política comunicacional.

2.2. MARCO LEGAL

Marco Constitucional

La Constitución de la República del Ecuador aprobada en Montecristi - Manabí, el 23 y 24 julio del 2008, establece:

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

LEY DE COMUNICACIÓN¹¹

Los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública constituyen sustentos de la democracia y son parte del núcleo de la dignidad y autonomía de las personas que el Estado Constitucional está obligado a proteger. No hay democracia si los ciudadanos y ciudadanas no son libres para definir de la manera autónoma sus preferencias y voluntad política y la opinión pública no surge de procesos deliberativos libres de coacción y presiones. Sin la vigencia de estos derechos es imposible pensar en una sociedad plural, basada en el respeto a los demás y el ejercicio de la libertad en su acepción más amplia. Sin la protección y garantía de estos derechos, además, no sería factible el ejercicio de los demás derechos humanos, los mismos que requieren de un libre flujo de información, la expresión creativa de todas las manifestaciones individuales y colectivas de la sociedad y el acceso a la información sobre asuntos de interés público.

En ese sentido, la protección y plena vigencia de los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a información pública se ubican en el centro del sistema de protección de los derechos humanos en general y su limitación podría generar una grave devaluación de la democracia en su conjunto. Los derechos sobre los cuales versa esta Ley son derechos fundamentales de los cuales depende la vida democrática de la sociedad y el ejercicio mismo de la ciudadanía.

11

<http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/diezpuntos/10%20puntos%20para%20una%20ley%20de%20comunicación%20democrática%20en%20el%20ecuador.pdf>

La Ley de Comunicación, Libertad de Expresión y Acceso a la Información Pública ubican a los derechos humanos, su vigencia y protección, en el centro de la convivencia social. Así lo exige el Estado constitucional de derechos y justicia que consagra la Constitución del Ecuador, la misma que establece que el más alto deber de Estado es respetar y hacer respetar los derechos de los ecuatorianos. En tal virtud, los derechos a la comunicación, libertad de expresión y acceso a la información pública deben entenderse y aplicarse en su sentido más amplio, anteponiendo su plena garantía a cualquier intensión de interferencia o intervención estatal o intento de control por parte de sectores públicos o privados que busquen distorsionarlos o adecuarlos a sus intereses particulares.

El principal objetivo de la LEY DE COMUNICACIÓN es universalizar el derecho a la comunicación, así como democratizar el acceso a los medios y a las tecnologías que hacen posible el ejercicio de este derecho.

Artículo 10. Pluralidad y diversidad en el proceso de comunicación.- La construcción un sistema democrático depende del mayor flujo de información posible, así como de diversidad de las fuentes para hacer realidad el pluralismo en el proceso de comunicación. Para ello, es indispensable la existencia de medios de comunicación, periodistas y comunicadores independientes, que puedan ejercer su profesión en libertad y sin coacción alguna. Se prohíbe la existencia de monopolios y oligopolios públicos o privados en la propiedad de los medios de comunicación. Las limitaciones antimonopólicas u oligopólicas serán las mismas que para otros sectores. Se promoverá la creación de medios de comunicación comunitarios, propiedad de organizaciones sin fines de lucro legalmente constituidas. El proceso de asignación de frecuencias propiciará la participación democrática de dichos actores en el proceso comunicativo, en igualdad de condiciones.

Artículo 12. Publicidad y máxima divulgación de la información pública.- La información pública, y en general cualquier información que se encuentre en poder del Estado o cualquiera de sus instituciones, incluyendo aquellas en las cuales el Estado tenga participación o aquellas entidades privadas que hayan sido recibido recursos estatales o se traten sobre asuntos de interés público, se someterán al principio de publicidad y al principio de máxima divulgación de la

información pública. La información pública en poder de los servidores públicos pertenece a la sociedad y a los ciudadanos. La responsabilidad de proteger la información confidencial en poder del Estado corresponde exclusivamente a las autoridades y servidores públicos a cargo de dicha información. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos con información pública están obligados a garantizar el acceso a la información. El acceso a la información pública será gratuito.

Artículo 13. Limitaciones a los derechos de comunicación.- Ninguna expresión estará sujeta a censura previa y que toda limitación deberá producirse mediante responsabilidades ulteriores. El derecho al acceso a la información pública solo podrá limitarse por razones de defensa nacional.

CAPÍTULO VI

DEL DERECHO AL ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

Artículo 36. Alcance de la información pública.- La información pública comprende a todo documento, en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas que produzcan o guarden información de interés público, incluidos partidos y organizaciones políticas, organizaciones no gubernamentales; los contenidos e informaciones, creados u obtenidos por ellas que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado. Se excluirá del principio de publicidad de la información pública la información pública personal o información confidencial.

Artículo 37. Publicidad obligatoria.- Las instituciones y entidades mencionadas por el artículo 36 deberán publicar en su página web institucional y en un medio físico lo siguiente:

a) Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; plan estratégico, misión, visión; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos;

- b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal;
- c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes;
- d) Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones;
- f) Los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción;
- g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos;
- h) Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal;
- i) Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones;
- j) Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución;
- k) Planes y programas de la institución en ejecución;
- m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;
- o) El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley;

Artículo 38. Obligatoriedad de mantener archivos.- Las entidades señaladas en el artículo 36 de esta Ley deberán, mantener y preservar los archivos físicos o electrónicos con toda la documentación e información en su poder.

Artículo 39. Responsabilidad por la información pública.- Quienes administren, manejen, archiven o conserven información pública, serán personalmente responsables, solidariamente con la autoridad de la dependencia en poder de dicha información y/o documentación, por las consecuencias civiles, administrativas o penales a que pudiera haber lugar, por sus acciones u omisiones, en la ocultación, alteración, pérdida y/o desmembración de documentación e información pública. Los documentos originales deberán permanecer en las dependencias a las que pertenezcan, hasta que sean transferidas a los archivos generales o Archivo Nacional.

Artículo 40. Informes.- Las instituciones señaladas en el artículo 36 de esta Ley, a través de su titular o representante legal, presentarán al Consejo de Protección de los Derechos de Comunicación, hasta el último día laborable del mes de marzo de cada año, un informe anual sobre el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública, que contendrá:

- a) Información del período anterior sobre el cumplimiento de las obligaciones que le asigna esta Ley;
- b) Detalle de las solicitudes de acceso a la información y el trámite dado a cada una de ellas; y,
- c) Informe semestral actualizado sobre el listado índice de información reservada.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

Investigación: determina actitudes y comportamientos de los públicos con objeto de identificar actividades afines a ellos.

Relaciones con los medios: establece y fomenta una relación profesional y cordial con los medios de comunicación, con el objetivo de mantener una presencia continuada y positiva en éstos.

Imprescindible.- Que es necesario indispensable.

Interactividad.- Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetivos, agentes o fuerzas.

Relaciones con empleados: fomenta la relación con de los empleados de la organización, les motiva y les garantiza, a la vez que sirve como vehículo de comunicación.

Organización.- Acción de organizar. Manera como está compuesto un cuerpo. Institución o agrupación que tienen a cargo un grupo de personas ejerciendo alguna actividad laboral.

Dirección.- Acción de dirigir, administrar correctamente, a través de un buen mando y liderazgo empleado en las decisiones propias de una organización.

Control.- Comprobación, inspección registro./ Dominio o mando en alguna actividad.

Subordinados.- Personas que están al mando de un líder, o jefe para llevar a cabo el cumplimiento de un objetivo en común.

Motivación.- Acción de motivar./ Incentivo que mueve a esforzarse para alcanzar ciertas metas.

Hospital.- Establecimiento donde acuden personas que tienen alguna afección de salud.

Procesos.- Acción de ir hacia adelante, para el cumplimiento de un objetivo propósito.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis general.

La optimización del manejo de la información comunicacional incide en la operatividad del Hospital IESS-Milagro.

2.4.2 Hipótesis particulares.

- Los medios de comunicación utilizados por los funcionarios del IESS-Milagro influyen en su desempeño laboral.
- La falta de una Jefatura de Relaciones Públicas afecta en la comunicación de los usuarios.
- La falta de coordinación afecta en el manejo de la información interna del Hospital IESS-Milagro.
- La carencia en la difusión de información en las áreas departamentales del IESS incurre en la productividad de la entidad.
- Las deficiencias comunicacionales no satisfacen las necesidades de los usuarios externos.

2.4.3 DECLARACIÓN DE VARIABLES.

➤ **Variable N° 1**

Variable dependiente: Optimización del manejo de la información comunicacional.

Variable independiente: Productividad del Hospital.

➤ **Variable N° 2**

Variable dependiente: Medios de comunicación.

Variable independiente: Desempeño laboral

➤ **Variable N° 3**

Variable dependiente: Departamento de relaciones públicas.

Variable independiente: Comunicación de los usuarios.

➤ **Variable N° 4**

Variable dependiente: Coordinación.

Variable independiente: Información interna.

➤ **Variable N° 5**

Variable dependiente: Difusión de información.

Variable independiente: Productividad de la entidad.

➤ **Variable N° 6**

Variable dependiente: Deficiencias comunicacionales.

Variable independiente: Necesidades de los usuarios externos.

2.4.4 Operacionalización de las variables.

Cuadro # 1

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIONES	INDICADORES
Variable independiente: Optimización del manejo de la información comunicacional.	Implementación de elementos difusores a través profesionales expertos en comunicación institucional, con la finalidad de optimizar las relaciones entre usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> . Coordinación de jefes departamentales. . Herramientas adecuadas. . Comunicaciones visuales.
Variable dependiente: Operatividad	Es la optimización de las actividades administrativas y operativas de una institución, con la finalidad de lograr un buen ambiente organizacional tanto para el usuario interno y externo.	<ul style="list-style-type: none"> . Rapidez y eficiencia en los procedimientos operativos. . Números de servicio entregados. . Excelente información.
Variable dependiente: Desempeño laboral.	El desempeño laboral se mide a través del desarrollo óptimo del trabajo realizado por parte de recurso humano de una empresa.	<ul style="list-style-type: none"> . Trabajo de calidad. . Comunicación entre compañeros de trabajo. . Iniciativa.
Variable dependiente: Comunicación de los usuarios.	Es la buena relación entre compañeros. Trabajando en equipo para manejar una excelente información que satisfaga las necesidades y expectativas tanto de usuarios internos como externos.	<ul style="list-style-type: none"> . Reuniones de trabajo. . Coordinación de las actividades a realizarse. . Medios difusores.
Variable dependiente: Información interna.	Es la información que solamente manejan los trabajadores de una entidad, en donde no se incluye a los usuarios externos.	<ul style="list-style-type: none"> . Infografías. . Oficios. . Reuniones. . Carteleros, etc.
Variable dependiente: Necesidades de los usuarios externos.	Son las carestías que tienen los pacientes en obtener información verbal y física como a bien tuvieren o la necesidad de sanar una enfermedad.	<ul style="list-style-type: none"> . Atención personalizada. . Medios de comunicación de calidad. . Estrategias comunicacionales. . Equipo y herramientas de calidad. . Profesionales.

Elaborado por: Norma Varela de Choca.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

El presente proyecto utiliza una investigación de campo porque se realiza en el mismo lugar; es decir, se ejecutará en el Hospital del IESS-Milagro. Siendo factible su aplicación porque optimizará los procesos estratégicos y comunicacionales del Hospital, a través del correcto funcionamiento, gestión y aplicación de las Relaciones Públicas. Es descriptiva porque describe la problemática existente entre sus públicos internos y externos. Es bibliográfica porque sus variables se fundamentan científicamente, a través de libros, revistas, consultas en internet y trabajos similares al nuestro, etc. Según el grado de control ejercido en las variables, el esquema de investigación es experimental, porque se induce una sola variable para obtener datos y verificar la hipótesis.

La aplicación del presente método nos abre la posibilidad de delimitar y definir las Estrategias en la Gestión de Comunicación, establecida en un Plan de comunicación a ser implementado desde una Jefatura de Relaciones Públicas de esta casa asistencial.

Perspectiva general de la investigación.

Con el estudio de esta problemática se espera optimizar la gestión comunicacional del hospital IESS Milagro, determinando los beneficios que

resultaría para optimizar las relaciones entre usuarios internos y externos, para en lo posterior direccionar esta propuesta según los objetivos planteados.

El diseño del trabajo es de **modalidad cualitativa**.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población.

Nuestra población será tomada de datos obtenidos del Departamento de Recursos Humanos del Hospital IESS-Milagro.

3.2.2 Delimitación de la población.

La población está conformada por 300 trabajadores del hospital entre aquellos que son de planta y contratados, además de los afiliados de esta entidad de salud los cuales corresponden a 60.000 los mismos que provienen de diez cantones: Naranjito, Marcelino Maridueña, Bucay, Yaguachi, Juján, El Triunfo, La Troncal, Naranjal, Lorenzo Garaicoa y Simón Bolívar, para lo cual, se tomará todo el universo; es decir 300 (trabajadores) y 60.000 (afiliados) para el cálculo de la muestra. Cabe mencionar que la población es finita.

3.2.3 Tipo de la muestra.

La muestra es de tipo no probabilística, ya que fue determinada a través de la elección del grupo objetivo, a este conjunto de la población se le realiza una encuesta sobre el tema planteado, con la finalidad de obtener información necesaria que ayudará a optimizar la gestión comunicacional del Hospital.

3.2.4 Tamaño de la muestra.

La muestra, constituye una parte o subconjunto de la población que representa el número de personas de quienes vamos a obtener información relevante para el éxito de la propuesta. Siendo su cálculo de la siguiente manera.

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N= Tamaño de la población.

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Reemplazando tenemos:

n= Tamaño de la muestra.

Z2= Error máximo admisible que lo determina el investigador. Se calcula en porcentajes y luego se divide para cien.

N= Tamaño de la población.

pq= Porcentaje mínimo establecido en la muestra.

A continuación se describe la muestra:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + pq}$$

$$n = \frac{60000 (0,5) (0,5)}{\frac{(60000 - 1) 0,05^2}{1,96} + (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{60000 (0,25)}{\frac{59999 (0,0025) + (0,25)}{3,84}}$$

$$n = \frac{15000}{\frac{149,9975 + 0,25}{3,84}}$$

$$n = \frac{15000}{\frac{150,2475}{3,84}}$$

$$n = \frac{15000}{39,1270}$$

$$n = \mathbf{383}$$

Muestra aplicada a los funcionarios.

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{300 (0,5) (0,5)}{\frac{(300 - 1) 0,05^2}{1,96} + (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{300 (0,25)}{\frac{299 (0,0025)}{3,84} + (0,25)}$$

$$n = \frac{75}{\frac{0,7475 + 0,25}{3,84}}$$

$$n = \frac{75}{\frac{0,9975}{3,84}}$$

$$n = \frac{75}{1,0000}$$

$$n = 75$$

3.2.5 Proceso de selección.

La muestra es de tipo no probabilística, por ello, se llevará a cabo el siguiente procedimiento:

Muestra de sujetos voluntarios.- El grupo de sujetos que intervendrán en el proceso de encuestación lo harán libre y voluntariamente, según su criterio acerca del tema planteado.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

Los métodos e instrumentos que aplicaremos en el estudio de la problemática planteada son los siguientes.

3.3.1 Métodos teóricos o procedimientos lógicos.

Método Científico:

Por qué partimos de una observación y formulación del problema, tomando en consideración las hipótesis y la investigación, para comprobar los datos que nos permita dar con los resultados necesarios y efectivos a la solución de la problemática.

Método Inductivo: Nos permitirá efectuar un estudio minucioso de cada variable o factor que interviene en nuestro proyecto, para conceptualizarlo y medirlo a través de indicadores que fortalezcan la propuesta.

Método Deductivo: A través de este método vamos analizar las causas que originan la problemática planteada del Hospital IESS-Milagro.

3.3.2 Métodos empíricos complementarios o técnicas de investigación.

El procedimiento de nuestra investigación lo vamos a realizar por medio del método de observación en el Hospital-Milagro.

3.3.3 Técnica e instrumento.

La encuesta es un instrumento investigativo que sirve para obtener información de un tema específico para conocer las expectativas y necesidades que tienen las personas sobre un producto o servicio.

La **Entrevista:** Esta técnica relaciona directamente al investigador con el objeto de estudio, ya que nos permite obtener información verbal relevante. La entrevista es una conversación seria que tiene como propósito extraer información sobre un determinado tema, se considerarán como instrumentos de investigación los **cuestionarios** con preguntas estructuradas, previamente preparado con preguntas redactadas en forma ordenada, que nos han permitido recoger la información deseada.

La técnica o instrumento que se aplicará en la investigación es la **encuesta y entrevista**.

3.4 EL PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose gráfica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

Para realizar el análisis actual a continuación se presentara los respectivos cuadros y gráficos del proceso de encuestación.

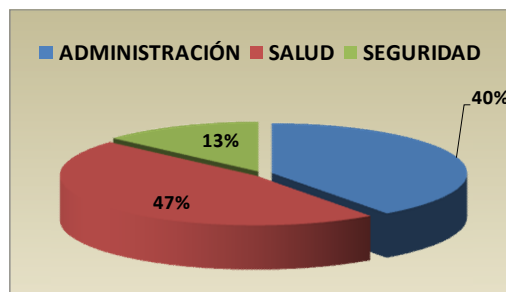
PERSONAL INTERNO

1. Especifique en qué área de gestión se desempeña al interior del IESS?

Cuadro # 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
ADMINISTRACIÓN	30	40 %
SALUD	35	47 %
SEGURIDAD	10	13 %
TOTAL	75	100 %

Gráfico # 1



Interpretación.- Como se puede observar la mayoría de las encuestas fueron realizadas al área administrativa y salud, pues ellos serán quienes darán la mayor información sobre la problemática planteada.

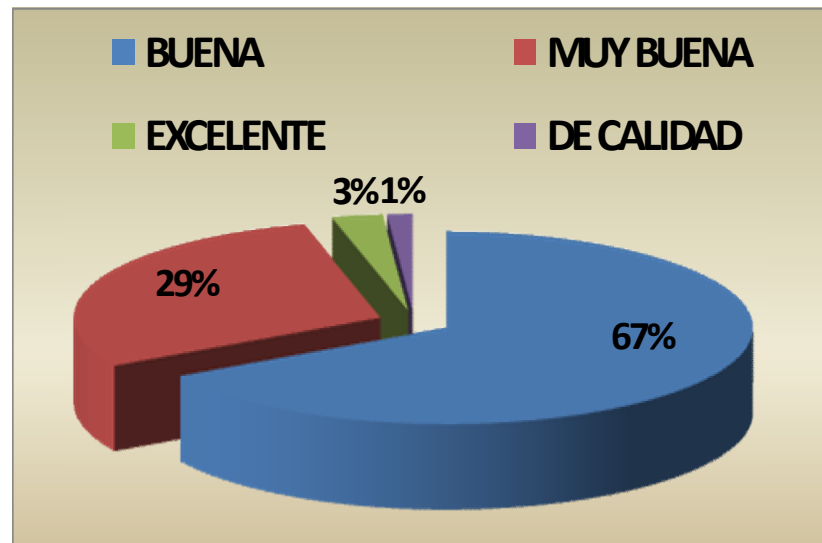
Elaborado por: Norma Varela Mora.

2. ¿Cómo califica usted la atención brindada a los afiliados y jubilados del IESS?

Cuadro # 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
BUENA	50	67%
MUY BUENA	22	29%
EXCELENTE	2	3%
DE CALIDAD	1	1%
TOTAL	75	100%

Gráfico # 2



Interpretación.- Los encuestados manifestaron que el servicio que se brinda es bueno (67%), lo cual quiere decir que existen factores que no permiten llegar a la excelencia, motivo por el cual se deberá trabajar en los puntos críticos para mejorar el servicio que se brinda en esta institución.

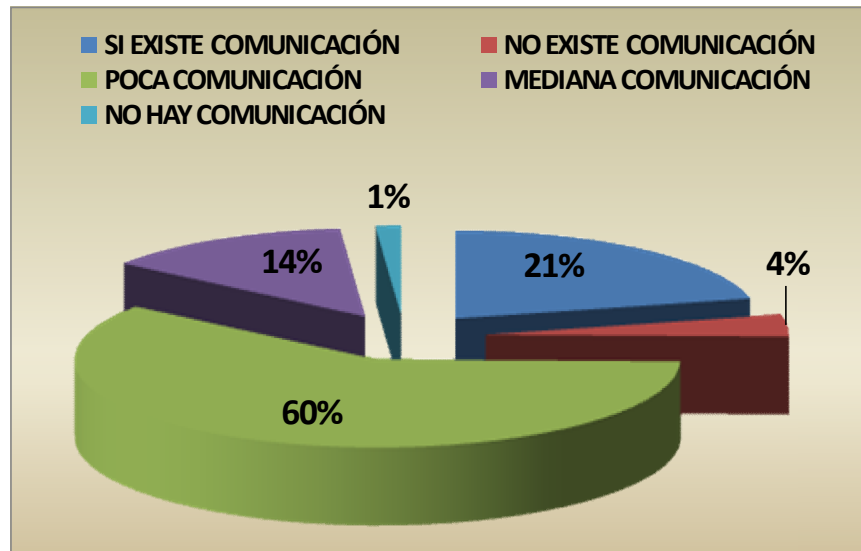
Elaborado por: Norma Varela Mora.

3. ¿Cree usted que el IESS realiza una correcta comunicación, de los servicios ofertados, con el público externo?

Cuadro # 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
SI EXISTE COMUNICACIÓN	16	21%
NO EXISTE COMUNICACIÓN	3	4%
POCA COMUNICACIÓN	45	60%
MEDIANA COMUNICACIÓN	10	13%
NO HAY COMUNICACIÓN	1	1%
TOTAL	75	100%

Gráfico # 3



Interpretación.- Existe un porcentaje respetable que indica que la comunicación es escasa, esta información demuestra que existen falencias en los medios de difusión hacia el usuario externo lo cual está afectando a la imagen de esta prestigiosa entidad.

Elaborado por: Norma Varela Mora.

4. ¿Cree usted pertinente que se debería acrecentar la difusión de mensajes focalizados desde el Hospital del IESS hacia los afiliados y jubilados?

Cuadro # 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	PORCENTAJE
IMPORTANTE	15	20%
MUY IMPORTANTE	58	77%
POCO IMPORTANTE	1	1%
NO ES IMPORTANTE	1	1%
TOTAL	75	100%

Gráfico # 4



Interpretación.- El gráfico demuestra que el 77% de los encuestados consideran muy importante la difusión de mensajes focalizados, es oportuno tomar en consideración esta información para optimizar la comunicación externa.

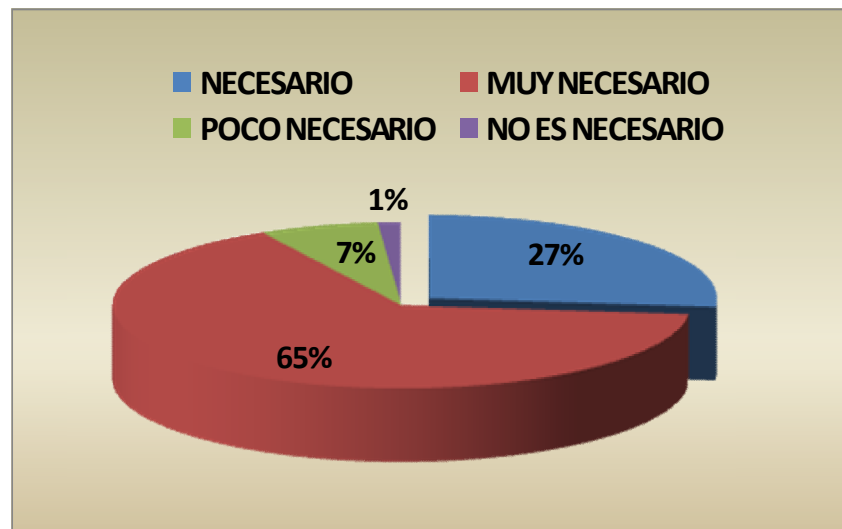
Elaborado por: Norma Varela Mora.

5. ¿Piensa usted que se debería desarrollar una Estrategia de Gestión de la Comunicación en el IESS, con la finalidad de optimizar el servicio?

Cuadro # 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
NECESARIO	20	27%
MUY NECESARIO	49	65%
POCO NECESARIO	5	7%
NO ES NECESARIO	1	1%
TOTAL	75	100%

Gráfico # 5



Análisis.- Como se puede observar la creación de una estrategia de gestión comunicacional, es una alternativa de amplia viabilidad para optimizar el servicio que brinda esta entidad.

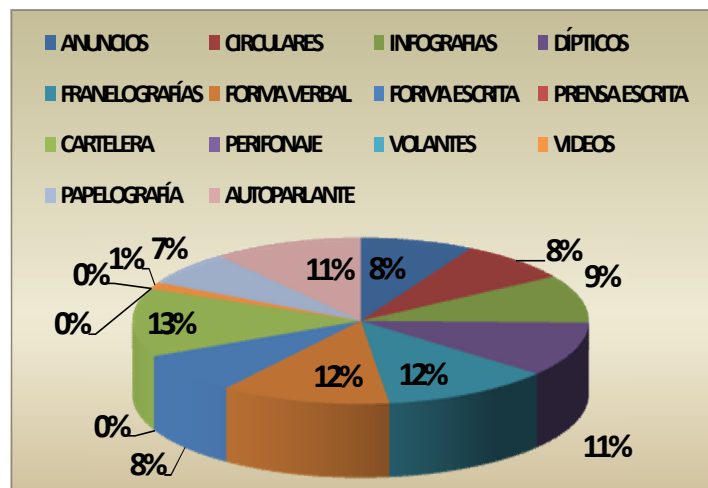
Elaborado por: Norma Varela Mora.

6. ¿Qué medios de información utilizan para comunicarse entre funcionarios y pacientes?

Cuadro # 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
ANUNCIOS	6	8%
CIRCULARES	6	8%
INFOGRAFÍAS	7	9%
DÍPTICOS	8	11%
FRANELOGRAFÍAS	9	12%
FORMA VERBAL	9	12%
FORMA ESCRITA	6	8%
PRENSA ESCRITA	0	0%
CARTELERA	10	13%
PERIFONAJE	0	0%
VOLANTES	0	0%
VIDEOS	1	1%
PAPELOGRAFÍA	5	7%
AUTOPARLANTE	8	11%
TOTAL	75	100%

Gráfico # 6



Interpretación.- Como se puede observar la mayoría de los medios de comunicación que fueron opcionados en estas preguntas, son los que utilizan para comunicarse, quedando los videos difusores fuera de este grupo, puesto que no es utilizado constantemente, cabe mencionar que los videos son los medios más efectivos para comunicar cualquier información.

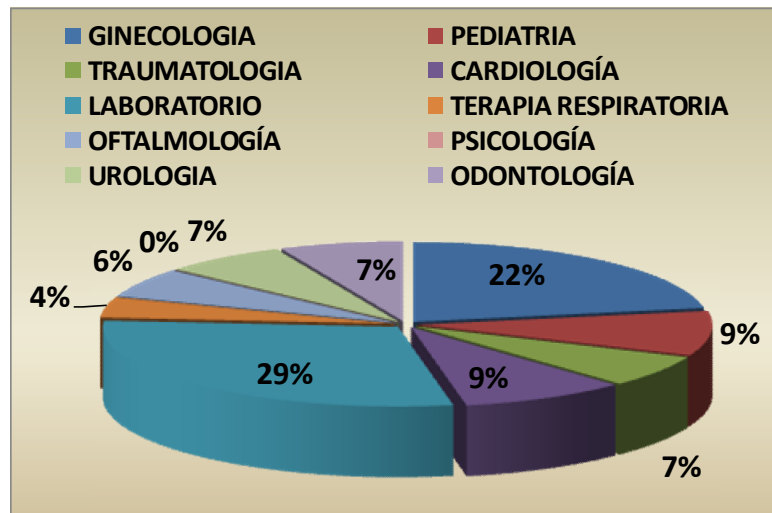
Elaborado por: Norma Varela Mora.

1. Especifique qué área/s utiliza con mayor frecuencia para sus chequeos médicos?

Cuadro # 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
GINECOLOGÍA	85	22%
PEDIATRÍA	35	9%
TRAUMATOLOGÍA	25	7%
CARDIOLOGÍA	35	9%
LABORATORIO	112	29%
TERAPIA RESPIRATORIA	16	4%
OFTALMOLOGÍA	23	6%
PSICOLOGÍA	0	0%
UROLOGIA	26	7%
ODONTOLOGÍA	26	7%
TOTAL	383	100%

Gráfico # 7



Interpretación.- Como se puede observar las áreas de mayor demanda son la de ginecología (12%), pediatría (20%), laboratorio (27%), por ello, es importante que se emplee una adecuada información donde el usuario externo tenga una información más idónea.

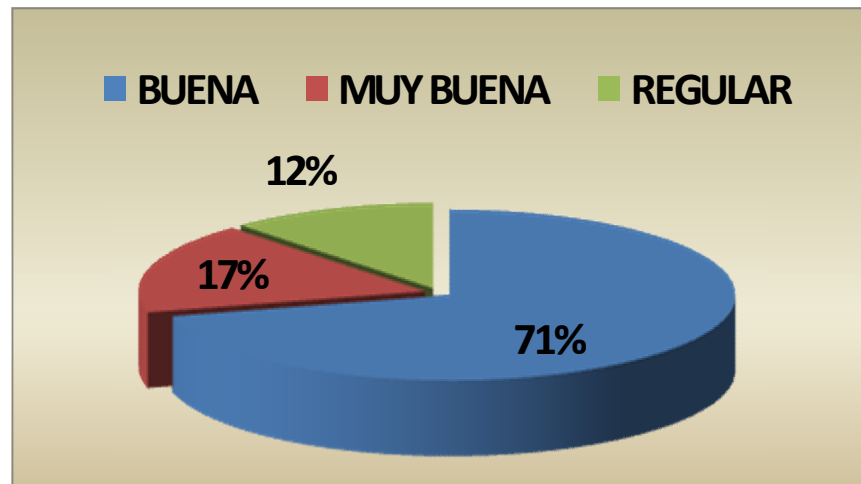
Elaborado por: Norma Varela Mora.

2. ¿Cómo califica usted la atención brindada por los funcionarios del IESS?

Cuadro # 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
BUENA	272	71%
MUY BUENA	66	17%
REGULAR	45	12%
TOTAL	383	100%

Gráfico # 8



Interpretación.- Como se puede observar los usuarios internos manifiestan que la atención es buena; es decir que la institución no está satisfaciendo las necesidades y expectativas en el servicio, razón por la cual es importante identificar las falencias en el servicio para corregirlas.

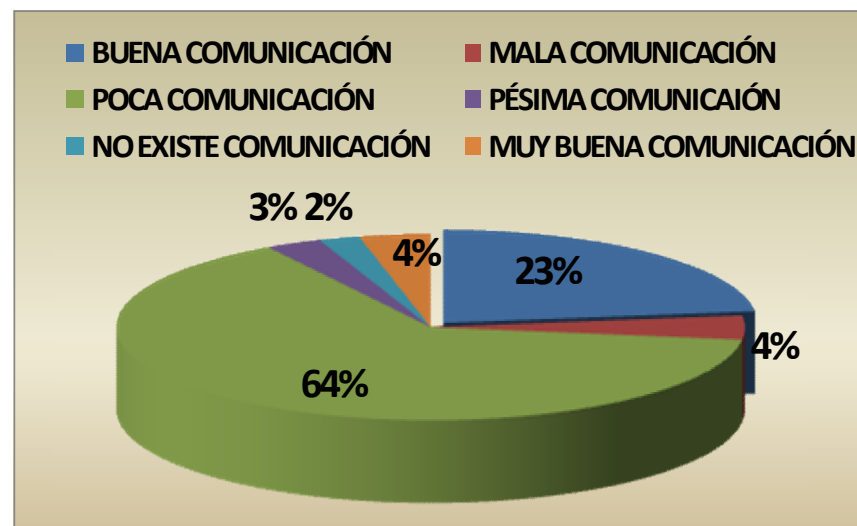
Elaborado por: Norma Varela Mora.

3. ¿Cree usted que el IESS realiza una correcta comunicación, de los servicios y actividades a realizarse? Elija las siguientes opciones.

Cuadro # 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
BUENA COMUNICACIÓN	88	23%
MALA COMUNICACIÓN	16	4%
POCA COMUNICACIÓN	246	64%
PÉSIMA COMUNICACIÓN	11	3%
NO EXISTE COMUNICACIÓN	8	2%
MUY BUENA COMUNICACIÓN	14	4%
TOTAL	383	100%

Gráfico # 9



Interpretación.- El 60% de los encuestados manifestaron que la comunicación es poca, es decir, que no se están empleando adecuados elementos difusores al usuario externo, por tal razón es importante que se emplee herramientas visuales ya que funcionan con mayor efectividad en emisión de información.

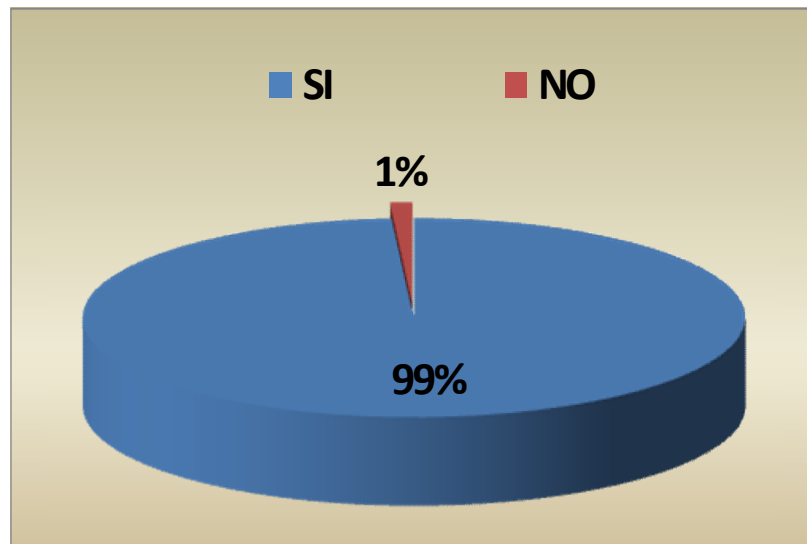
Elaborado por: Norma Varela Mora.

4. ¿Cree usted que se debería aumentar la comunicación desde el Hospital del IESS hacia los afiliados y jubilados?

Cuadro # 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	280	94%
NO	3	6%
Total	283	100%

Grafico # 10



Interpretación.- La información porcentual (99%) del gráfico da la pauta para ejecutar la propuesta, puesto que los afiliados estarían gustosos de recibir una información o comunicación de calidad.

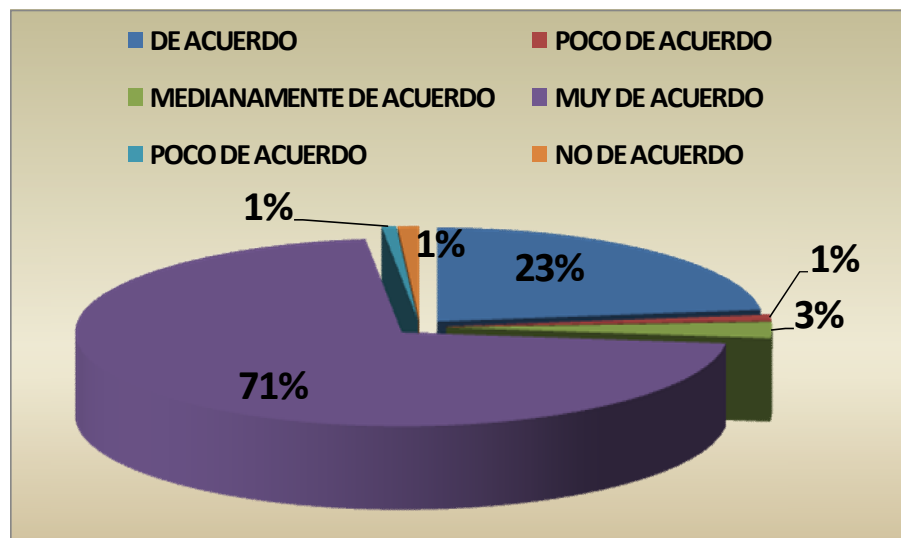
Elaborado por: Norma Varela de Choca.

5. ¿Considera usted que se debería replantear los procesos de atención y comunicación establecidos en el Hospital del IESS? Elija según su criterio.

Cuadro # 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
DE ACUERDO	65	23%
POCO DE ACUERDO	3	1%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	8	3%
MUY DE ACUERDO	202	71%
POCO DE ACUERDO	2	1%
NO DE ACUERDO	3	1%
Total	283	100%

Gráfico # 11



Interpretación.- Esta información indica que la institución demanda de mejoramiento en la parte comunicacional, puesto que los usuarios externos manifestaron en un 71% que están muy de acuerdo en que se optimicen los procesos de atención y comunicación.

Elaborado por: Norma Varela Mora.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

En el Estudio realizado sobre la implementación de una estrategia comunicacional en el Hospital IESS Milagro y en los temas que tienen relación con esta propuesta se ha observado que existe una insatisfacción comunicacional en esta institución, puesto que esta entidad no ha venido realizando un buen trabajo comunicativo tanto al usuario interno y externo, por la sencilla razón de que esta entidad no cuenta con buen plan estratégico comunicacional a comparación con otras instituciones de salud, cabe mencionar que estas tienen una Jefatura de Relaciones Públicas el cual se encarga de manejar la parte comunicacional. Por ello es importante que para optimizar esta falencia comunicativa, es necesario que este Hospital posea una Jefatura de Relaciones Públicas que se encargue directamente de la parte de difusión, con el objetivo de evolucionar y estar a la par con otras entidades de salud y poder visualizarse al futuro como un Hospital íntegro al servicio de la comunidad.

4.3 RESULTADOS

458 fue el número de encuestas desarrolladas al personal interno y externo de la casa asistencial, la misma que estuvo conformada por 5 preguntas, de las cuales 75 fueron destinadas al personal interno del Hospital del IESS y el restante, 383, se desarrollaron al personal externo (afiliados).

Mediante los resultados presentados en las encuestas realizadas, podemos observar en la primera pregunta del personal que labora dentro del hospital que el 40% de los empleados corresponden al área administrativa y el 47% al área de salud de la institución, factores importantes para potencializar las atenciones y servicios que desarrolla el Hospital, en vista que suman el 87% de nuestra muestra. En referencia al público externo, la primera pregunta solicitaba indicar las áreas que con mayor frecuencia son utilizadas por los afiliados, obtuvimos que el 29% de los pacientes acuden al área de LABORATORIO.

Ellos como principal recurso que posee el IESS, para efectuar su función primordial, mediante la segunda pregunta referente a la atención brindada, el

personal interno indica que es muy buena, con un 22%, sumando al 67% que indica que la atención es buena, teniendo una predisposición positiva al respecto y deseo de mejorar si el hecho lo amerita. Dato totalmente contrario a los resultados emitidos por los pacientes, los mismos que exteriorizan que la atención es buena con un 67%, mientras que un 12% ubica la atención como regular, presentando la necesidad de mejorar en dicho campo.

Por su parte, la pregunta tercera plantea la opción de que si el IESS realiza un poco comunicación de los servicios ofertados al público externo. Un 21% de los funcionarios contestó positivamente, mientras que un 60% se sumó al 13% de los afiliados que contestaron negativamente al respecto, resaltando la importancia de establecer una política comunicacional para contrarrestar dicho inconveniente que representa un indicador muy agravante.

La cuarta interrogante se basaba en conocer la necesidad de acrecentar la difusión de mensajes focalizados a los afiliados del Instituto de Seguridad Social, incógnita que fue respalda por ambos grupos con un 94% por parte de los afiliados y 77% de los empleados. Ítems en donde se sustenta la propuesta del desarrollo de la política comunicacional del Hospital del IESS, mejorando el correcto funcionamiento de la casa asistencial desde la Dirección de Relaciones Públicas.

Piensa usted que se debería desarrollar una política de comunicación en el IESS, con la finalidad de optimizar la utilización de los recursos existentes desde la institución, fue la interrogante central planteada en la quinta y última pregunta, la misma que fue modifica gramaticalmente para los afiliados con la finalidad de que comprendan lo que se cuestionaba, sin distorsionar el mensaje central emitido en ambos casos, en donde obtuvimos una respuesta positiva al respecto por ambos grupos, es decir, el público externo 71%, interno 65%, indicaron positivamente a dicha interrogante.

Teniendo como interpretación final que para los afiliados, así como los empleados es importante el desarrollo de una política comunicacional como estrategia de mejora de la gestión de comunicación del Hospital del IESS-Milagro, todo ello manejado desde las Relaciones Públicas, como principal

dependencia encargada de difundir, promover, generar y velar por la buena imagen institucional de esta casa asistencial, que posee gran demanda y responsabilidad social.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Cuadro # 13

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La optimización del manejo de la información comunicacional incide en la productividad del Hospital del IESS-Milagro.	Efectivamente la optimización del manejo de la información comunicacional incide positivamente en la productividad del Hospital del IESS-Milagro.
Hipótesis particular N.- 1 Los medios de comunicación utilizados por los funcionarios del IESS Milagro influyen en su desempeño laboral.	Los medios de comunicación utilizados por los funcionarios del IESS Milagro si influyen en su desempeño laboral.
Hipótesis particular N.- 2 La falta de una Jefatura de Relaciones Públicas incurre en la comunicación de los usuarios.	Lógicamente la falta de una Jefatura de Relaciones Públicas incide en la comunicación de los usuarios, tanto internos y externos.
Hipótesis particular N.- 3 La falta de coordinación afecta en el manejo de la información interna del Hospital IESS-Milagro.	La falta de coordinación si afecta en el manejo de la información interna del Hospital IESS-Milagro, puesto que no se está satisfaciendo las necesidades y expectativas del afiliado.
Hipótesis particular N.- 4 La carencia en la difusión de información en los diferentes departamentos del IESS incurre en la productividad de la entidad.	Efectivamente la carencia en la difusión de información en los diferentes departamentos del IESS si incurre en la productividad de la entidad.
Hipótesis particular N.- 5 Las deficiencias comunicacionales tienen que ver con las necesidades de los usuarios externos.	Tomando en cuenta la respuesta de la pregunta cinco de la encuesta dirigida al usuario externo, las deficiencias comunicacionales tiene que ver con las necesidades de los usuarios externos, puesto que prefieren que se regule la parte comunicativa en la atención que brinda el Hospital.

Elaborado por: Norma Varela Mora

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

Implementar una Jefatura de Relaciones Públicas en el Hospital IESS-Milagro.

5.2 JUSTIFICACIÓN.

El estudio de la problemática planteada permitió visualizar que esta institución no cuenta con una Jefatura de Relaciones Públicas, razón por la cual existe una escasa comunicación entre los usuarios tanto interno como externo, ocasionando en muchas veces un ambiente hostil, por no manejar una información adecuada con respecto a las actividades a las cuales está inmersa esta entidad de salud, cabe mencionar que los pacientes se sienten inconformes con la parte comunicativa que maneja el hospital pues creen que deberían operar con herramientas comunicativas de mayor efectividad, donde se explique en un breve espacio la función de cada departamento y lo que se debe tener en caso de que se pueda hacer uso de uno de los departamentos de este establecimiento, como por ejemplo en el departamento de laboratorio se toman las muestras en la mañana y en la tarde, información que muchas veces desconocen los pacientes, por lo que mayor afluencia asisten a esta área por la mañana, encontrándose con la noticia de que se hacen los exámenes en la mañana y en la tarde; esta situación no se repetirá más con la implementación de esta propuesta, ya que existirán personas idóneas para que

se encarguen de mantener en constante comunicación con los usuarios, optimizando así las relaciones que conlleven a enaltecer el prestigio de esta respetable entidad de salud, dando una buena imagen de servicio eficaz.

5.3 FUNDAMENTACIÓN.

La fundamentación se compone de los términos más relevantes del marco teórico, como medio de fundamentar esta propuesta.

Relaciones Públicas.- Las Relaciones Públicas son un conjunto de acciones de comunicación estratégica coordinadas y sostenidas a lo largo del tiempo, que tienen como principal objetivo fortalecer los vínculos con los distintos públicos, escuchándolos, informándolos y persuadiéndolos para lograr consenso, fidelidad y apoyo de los mismos en acciones presentes y/o futuras.

Relaciones Humanas y Relaciones Públicas.- Relaciones Humanas son vinculaciones entre los seres humanos o personas. En las Relaciones Públicas se establecen relaciones entre las personas (individuo) o una organización (grupo). Quiere decir, que en las Relaciones Públicas uno de los extremos de la relación es siempre un grupo. Mientras que en el caso de las Relaciones Humanas, en ambos extremos de la relación existe una persona individual.

Relaciones Públicas internas.- En toda empresa, dentro de su público interno, existen y se forman grupos de afinidad que es conveniente tenerlos en cuenta en el programa de relaciones públicas que se elabore. Dichos grupos se constituyen por diversos motivos, tales como el sexo, el estado civil, el origen de nacimiento, el partido político al que pertenecen los trabajadores.

Estrategia.- La Estratégico trata de lograr una ventaja competitiva sustentable preservando aquellos aspectos que distinguen a una organización, institución o compañía

Posicionamiento.- El posicionamiento puede estar orientado a producir un subconjunto de los productos o servicios de una institución u organización, pues más que apoyarse en los segmentos de clientes se apoyan en la elección de variedades de productos o servicios.

Gestión de la Comunicación.- Gestionar la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos, denominado política comunicacional o política de comunicación, mediante la cual se despliega una variedad de recursos de comunicación con la finalidad de apoyar la labor de las organizaciones

Comunicación interna o externa.- Toda organización está inmersa en la Cultura Organizacional. Es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, ritos, signos etc, fundamentada en la concepción que la organización tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de la política comunicacional.

Relaciones con empleados: fomenta la relación con de los empleados de la organización, les motiva y les fideliza, a la vez que sirve como vehículo de comunicación.

Organización.- Acción de organizar. Manera como está compuesto un cuerpo. Institución o agrupación que tienen a cargo un grupo de personas ejerciendo alguna actividad laboral.

Dirección.- Acción de dirigir, administrar correctamente, a través de un buen mando y liderazgo empleado en las decisiones propias de una organización.

Control.- Comprobación, inspección registro./ dominio o mando en alguna actividad.

Relaciones con los medios: establece y fomenta una relación profesional y cordial con los medios de comunicación, con el objetivo de mantener una presencia continuada y positiva en éstos.

Posicionamiento basado en las necesidades.- Otro criterio estratégico es el de satisfacer todas las necesidades de un grupo objetivo de clientes, o al menos la mayoría de ellos, surge cuando existen un grupo de clientes con necesidades diferentes y cuando se diseñan un conjunto de actividades en orden a satisfacer mejor esas necesidades.

5.4.1 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo general de la propuesta.

Implementar una Jefatura de Relaciones Públicas en el Hospital IESS-Milagro para optimizar la comunicación entre usuarios internos y externos.

5.4.2 Objetivos Específicos.

- Exponer a los directivos del IESS la importancia de las relaciones públicas dentro de estas entidades del sector público.
- Proponer a los altos directivos del IESS la implementación de un Departamento de Relaciones Públicas.
- Presentar el plan de jefatura que mejorará las relaciones comunicacionales entre usuarios.

5.4 UBICACIÓN.

El Hospital IESS-Milagro se encuentra ubicado en la República del Ecuador, Provincia del Guayas, Cantón Milagro en la ciudadela Cien Camas. Av. Miguel Campodónico Martínez, entre Manuel Ascázubi y calle D. Este edificio está compuesto por cuatro plantas, cuenta con las siguientes especialidades ginecología, medicina interna, oftalmología, traumatología, urología, psicología, gastroenterología, otorrinolaringología, cardiología, pediatría, dermatología, odontología.

También ofrece los servicios de: laboratorio, rayos x, fisioterapia, terapia respiratoria, patología y emergencia de 24 horas.

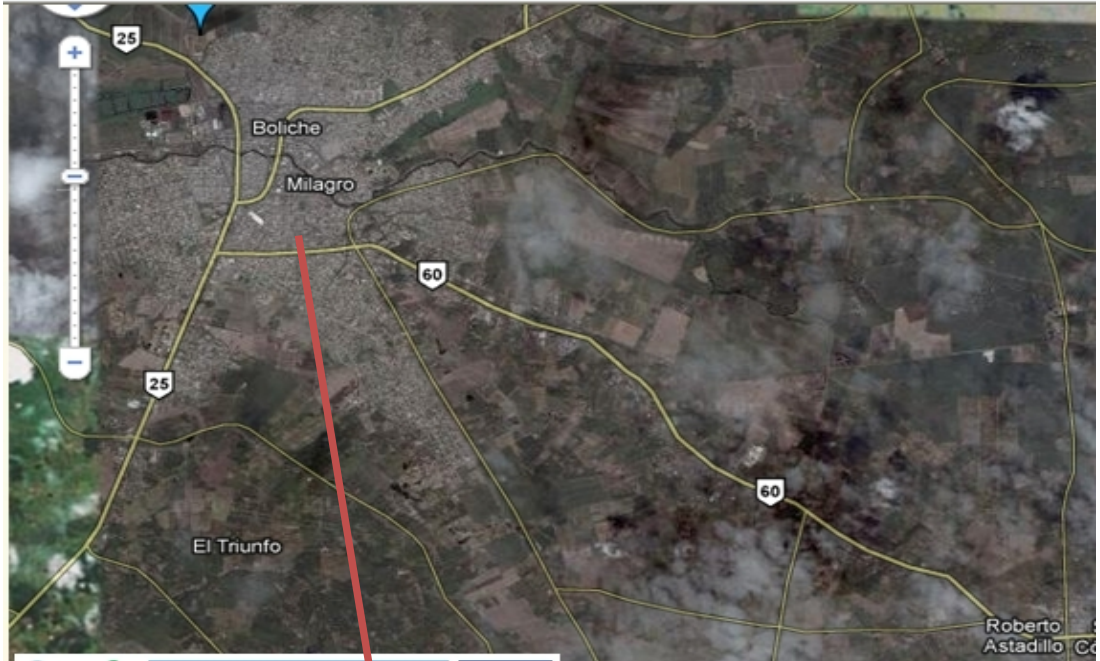


Figura # 1



Figura # 2

5.6 FACTIBILIDAD.

Factibilidad Administrativa.

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad, cuya organización y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social.

MISIÓN: El Hospital IESS de Milagro tiene como misión brindar atención integral en salud de forma oportuna, permanente, con personal calificado y capacitado, utilizando tecnología moderna y desarrollando programas de promoción, fomento, prevención y medicina familiar, que permita la recuperación y rehabilitación de sus afiliados.

VISIÓN: Ser un hospital líder en salud con enfoque científico e investigativo, reconocido en la comunidad por una calidad de atención oportuna y especializada con personal calificado, con tecnología moderna que brinde al usuario atención en salud con calidad y calidez las 24 horas en todos los servicios.

VALORES

- **Profesionalismo.-** Demostrar sus habilidades y destrezas en cada una de sus funciones
- **Solidaridad.-** Nos solidarizamos con nuestros usuarios.
- **Respeto.-** Crear, mantener y fortalecer las relaciones interpersonales fomentando una cultura de respeto.
- **Equidad.-** Dar atención integral a todos los usuarios
- **Responsabilidad.-** Cumplir a cabalidad nuestras funciones, con honestidad.
- **Cordialidad.-** Mantener un ambiente agradable entre el usuario externo e interno.
- **Humanismo.-** Considerar y valorar al usuario como ser humano.

ATENCIÓN DIARIA A LOS AFILIADOS Y JUBILADOS

30 MÉDICOS ESPECIALISTAS

20 PACIENTES POR MÉDICOS

TOTAL DE ATENCIÓN DIARIA
A 600 PACIENTES.

EXAMEN DE LABORATORIO

150 PACIENTES POR DÍA

EXÁMENES DE IMAGEN

40 PACIENTES POR DÍA

CONSULTA DE EMERGENCIAS

150 PACIENTES POR DÍA

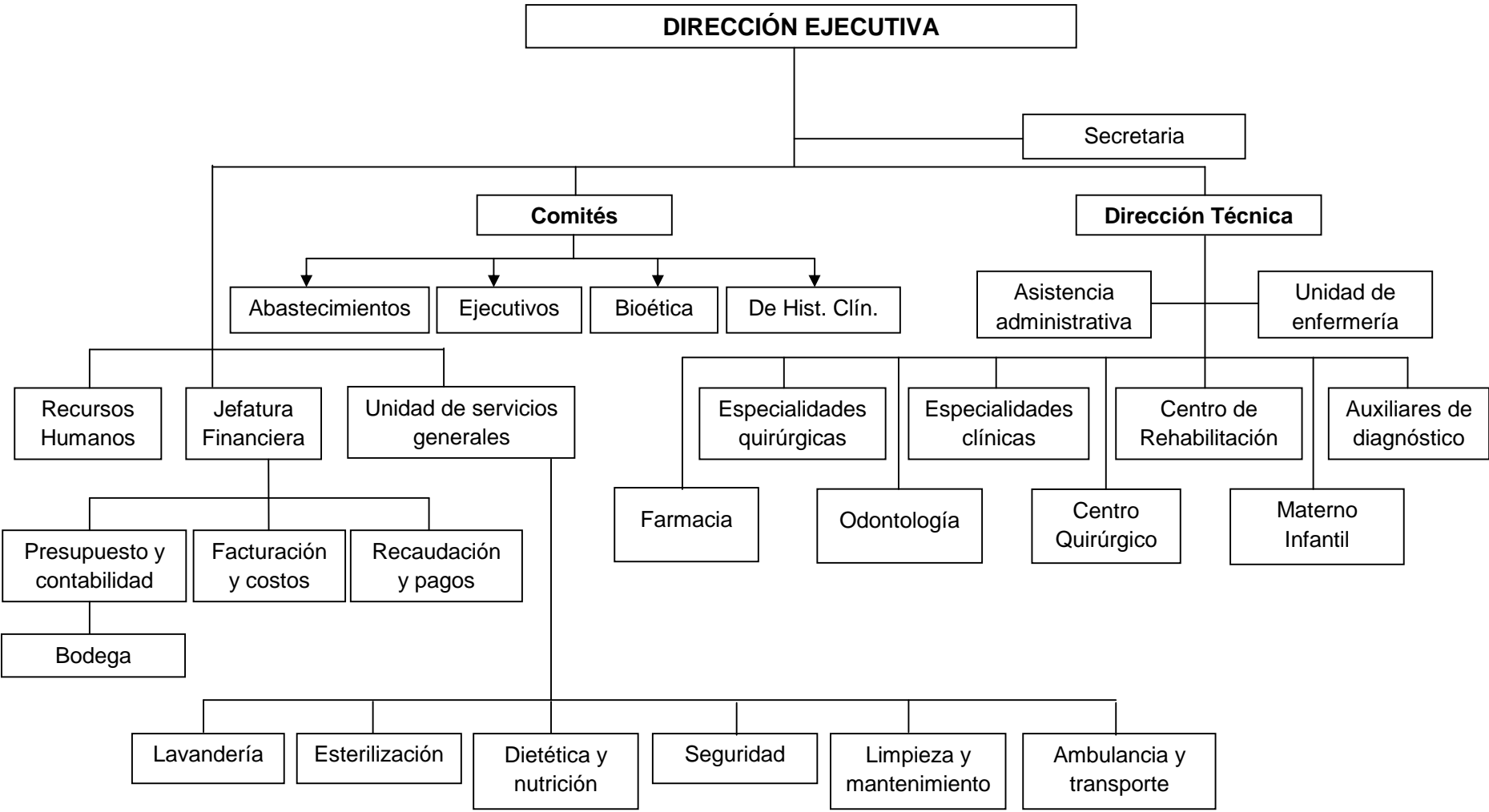
CIRUGÍAS

10 DIARIAS

FISIOTERAPIA

8 DIARIAS

Organigrama estructural del Hospital IESS



Factibilidad Administrativa de la propuesta “Implementación de una Jefatura de Relaciones Públicas.

Misión. Optimizar las relaciones entre usuarios, a través de una excelente comunicación interna y externa para satisfacer las necesidades y expectativas de funcionarios y pacientes.

Visión. Ser una Jefatura donde todos trabajarán en acciones integradas y no aisladas para el logro de este propósito, que seguro beneficiará a todos y no cabe duda que la comunicación es un mecanismo fundamental en esta institución, utilizando las herramientas adecuadas que potencien las relaciones comunicacionales entre usuarios internos y externos.

Objetivos. Brindar la información correcta a usuarios internos y externos, utilizando los respectivos medios comunicativos para evitar problemas e incidentes que afectan a la imagen institucional del Hospital IESS-Milagro.

Objetivos específicos.

- ✓ Contar con un personal altamente capacitado.
- ✓ Contar con equipos computarizados de alta tecnología.
- ✓ Utilizar los mejores medios comunicacionales para dar a conocer cualquier actividad relevante sobre la entidad.
- ✓ Optimizar las relaciones entre usuarios.

Metas

Dirección efectiva: Impulsar la responsabilidad de cada empleado manteniendo buenas relaciones laborales y así encaminarlos hacia nuestras metas.

Empleados comprometidos con la institución: Queremos empleados motivados y comprometidos con su trabajo. Cada empleado será responsable del capital humano y de la conservación de nuestra empresa.

Comunicación organizacional: Nos comprenderemos a través de un buen lenguaje comunicacional unos con otros libremente y con humildad.

Cultura organizacional: Palpar las necesidades de los pacientes y así buscar soluciones idóneas, respetando a las personas y sus valores, tanto a las que integran la institución como a las que acuden en busca de un servicio de la misma.

Personal.

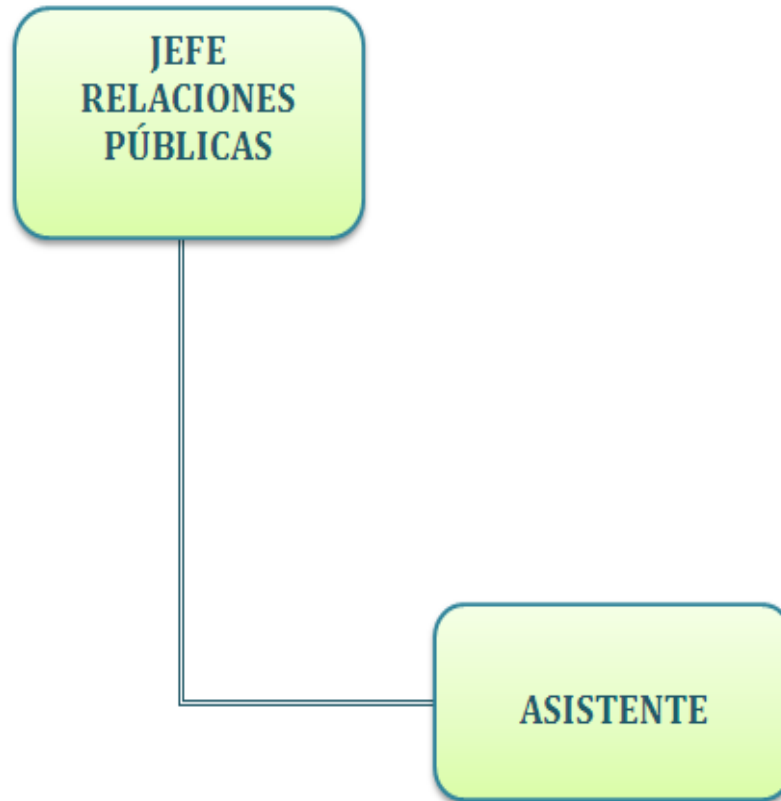
Requerimientos del personal.

1 Jefe departamental.

1 Asistente administrativo.

Organigrama de la Jefatura de Relaciones Públicas

Gráfico # 12



Descripción de Funciones.

A continuación, se realiza el manual de funciones de la Jefatura de Relaciones Públicas del IESS Milagro, esta herramienta tiene por objetivo establecer explícitamente y con claridad la labor que desarrollaran los funcionarios.

MANUAL DE FUNCIONES

Denominación del Cargo: Jefe de Relaciones Públicas.

Misión del Cargo

Optimizar las relaciones entre usuarios internos y externos.

Funciones y tareas específicas:

- ✓ Contar con la información correcta al momento de que la soliciten, sean estos usuarios internos o externos.
- ✓ Encargado de coordinar con la dirección y demás departamentos, información relevante (campañas, visitas de unidades médicas, etc.) que será compartida con los usuarios.
- ✓ Distribuir adecuadamente la información por los distintos medios de comunicación dentro y fuera de la entidad.
- ✓ Mantener constante comunicación con los demás departamentos sobre cualquier novedad o actividad que se presente.

Análisis del Cargo.

Requisitos mínimos:

Ser graduado en Licenciatura en Comunicación Organizacional o carreras afines.

Poseer dos años experiencia laboral en cargos similares.

Tener conocimientos con respecto a la actividad de la empresa.

MANUAL DE FUNCIONES

Denominación del Cargo: Asistente Administrativo.

Misión del Cargo

Colaborar y cumplir con las funciones delegadas por el jefe, dando una mejor imagen del departamento para la que fue creada.

Funciones Específicas.

- Coordinar la selección de la información.
- Custodiar los documentos internos de la empresa.
- Recibir y verificar documentación importante.
- Realizar comunicaciones internas de los distintos departamentos.

Requisitos mínimos.

Estudios Superiores de Licenciatura en Comunicación Organizacional o carreras afines. (Cursando Tercer año en adelante).

Experiencia: 1 año en cargos similares

Procedimiento

Jefe de Relaciones Públicas

Objetivo

Mantener las buenas relaciones entre los usuarios a través del buen manejo de la información concerniente a la entidad.

Políticas.

No revelar información confidencial a terceras personas.

Mantener constante información con la dirección y jefes departamentales.

No asistir en estado de embriaguez al establecimiento de trabajo.

No emitir información confidencial a usuarios, previo una orden de dirección.

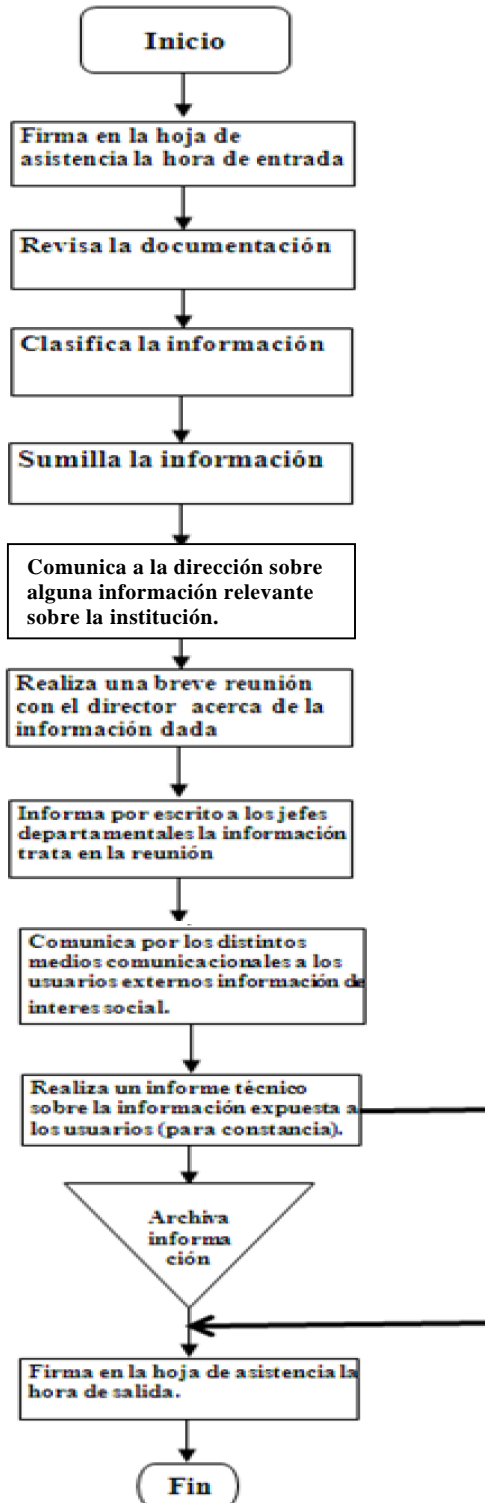
Descripción de proceso

- Firma en la hoja de asistencia la hora de entrada.
- Revisa documentación.
- Clasifica información.
- Sumilla la información.
- Comunica a la dirección sobre alguna información relevante sobre la institución.
- Realiza una breve reunión con el Director acerca de la información dada.
- Realiza una reunión de trabajo con los jefes departamentales para explicar el tema a tratar.
- Comunica por los distintos medios comunicacionales, a los usuarios externos información de salud.
- Realiza un informe técnico sobre la información expuesta a los usuarios (para constancia).
- Archiva información.
- Firma en la hoja de asistencia la hora de salida.

Flujograma

Gráfico # 13

JEFE RELACIONES PUBLICAS



Asistente-Relaciones Públicas.

Objetivo.

Aportar con sus conocimientos en su área de trabajo, optimizando la productividad del departamento.

Políticas:

Mantener constante comunicación con su superior inmediato sobre cualquier suceso que pase dentro de la institución.

Entregar documentación a usuarios internos previa autorización del jefe inmediato.

No asistir al establecimiento de trabajo en estado de embriaguez.

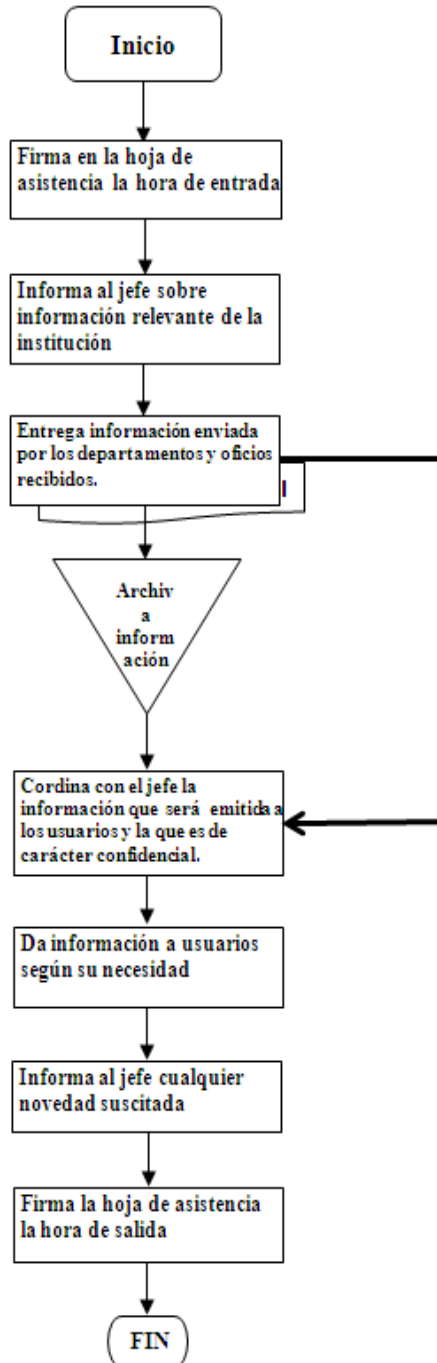
Descripción del proceso

- Firma en la hoja de asistencia la hora de entrada.
- Informa al jefe sobre información relevante de la institución.
- Entrega información enviada por los departamentos y oficios recibidos.
- Archiva información.
- Coordina con el jefe la información que será emitida a los usuarios y la que es de carácter confidencial.
- Da información a usuarios según su necesidad.
- Informa al jefe cualquier novedad suscitada.
- Firma en la hoja de asistencia la hora de salida.

Flujograma

Gráfico # 12

ASISTENTE



Factibilidad legal.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL.

TITULO I DISPOSICIONES FUNDAMENTALES

Art. 1. NORMA LEGAL, FUNDAMENTO DE ESTE REGLAMENTO:

En cumplimiento de lo que dispone el Artículo 63 del Código de Trabajo y el correspondiente del Contrato Colectivo, y para todos los efectos previstos en las Leyes Laborales vigentes, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, con jurisdicción en el territorio nacional, cuya sede principal es la ciudad de Quito, dicta el presente REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO.

Art. 2. MARCO DE LA ACCIÓN LEGAL:

El presente Reglamento, fija el marco normativo dentro del cual se desenvolverán las pertinentes relaciones laborales internas entre el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y sus servidores sujetos al Código de Trabajo.

Sin perjuicio de lo prescrito en el Código Laboral, este Reglamento abarca y norma específicamente los siguientes aspectos:

- a) La selección, Ingresos, Provisión, y Promoción de los cargos;
- b) La Clasificación de los puestos y Evaluación del personal;
- c) La Capacitación;
- d) Las atribuciones del Comité Obrero Patronal en lo relativo al presente Reglamento; y,
- e) El Régimen Disciplinario.

Art. 3. PARTES OBLIGADAS:

Para su fiel y estricto cumplimiento, son partes obligadas:

a) La parte Empleadora representada por el Director General del IESS: y por todos los que a su nombre ejercen dentro del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, funciones de Dirección, Jefatura o de administración; y, **b)** La parte trabajadora conformada por todos los servidores del IESS, protegidos por el Código Laboral.

Art. 4. DIVULGACIÓN Y CONOCIMIENTO.

La parte Empleadora para el cabal y debido conocimiento de la parte Trabajadora queda obligada a difundir este Reglamento, entregando sendos ejemplares del mismo a todos sus servidores. Con igual finalidad hará constar en lo posterior los Contratos de Trabajo que celebrare, cláusula especial en la que el servidor contratado, exprese conocer el contenido y alcance de las disposiciones de dicho Cuerpo Normativo, para lo que previamente le proporcionará un ejemplar del mismo.

Por consiguiente, ni la parte empleadora, ni la parte trabajadora, podrán alegar su ignorancia como causa de excusa que le releve de su cumplimiento.

Art. 5. IRRETROACTIVIDAD:

Las disposiciones de este Reglamento rigen para lo venidero, % siendo en consecuencia irretroactivas.

Art. 6. APLICACIÓN FAVORABLE AL TRABAJADOR.

En caso de duda, en cuanto al alcance de las disposiciones de este Reglamento, la parte Empleadora y el Comité Obrero Patronal las aplicaran en el sentido más favorable a la parte trabajadora.

Art. 7. PREEMINENCIA DE LOS DERECHOS ADQUIRIDOS:

Los derechos adquiridos por la parte Trabajadora con arreglo a la Ley, el Contrato Colectivo o a la costumbre, no podrán ser disminuidos, ni alterados: y prevalecerán sobre cualesquiera otros que se le oponga.

Art. 8. NULIDADES:

La inobservancia de las disposiciones de este Reglamento, acarreará en el caso de la parte Empleadora la nulidad de sus actos.

TÍTULO II

DE LA SELECCIÓN, INGRESO Y PROMOCIÓN DE CARGOS

CAPITULO I

DE LA SELECCIÓN DE ASPIRANTES

Art. 9. DE LOS REQUISITOS PREVIOS AL INGRESO.

Los aspirantes a servidores del IESS, deben presentar ante la Jefatura de la División de Recursos Humanos de la Dirección General o Jefaturas de Recursos Humanos de las Direcciones Regionales, según fuere la jurisdicción, los siguientes documentos:

- a) Cédula de ciudadanía y tributaria;
- b) Certificado de votación;
- c) Libreta militar o documento equivalente;
- d) Carné de afiliación al IESS;
- e) Certificados de estudios realizados;
- f) Certificados de desempeño en cargos anteriores, con especificación del tiempo de permanencia en ellos y la causa de la salida;
- g) Record policial;
- h) Certificado de la Dirección Nacional de Personal de no desempeñar cargo público;
- i) Certificados de la Caja Militar y del Departamento de Afiliación, de que se encuentra o no afiliado.
- j) El respectivo certificado médico, otorgado por el facultativo designado al efecto por el IESS; y,
- k) Curriculum Vitae, debidamente comprobado.

Art. 10. FALSEDAD DE DOCUMENTOS.

De comprobar el IESS, que adolecen de veracidad los documentos o certificados presentados por un aspirante y que constan especialmente determinados en el Artículo anterior, lo declarará de inmediato, sin opción alguna, sin perjuicio de que se ejercite la acción o acciones legales a que hubiere lugar.

De comprobar el IESS en cualquier época o circunstancia, que uno de sus trabajadores hubiere ingresado a base de certificados o documentos falsos, queda obligado a solicitar de inmediato, el pertinente visto bueno, así como a ejercer la acción o acciones que le franquea la Ley.

Art. 11. REQUISITOS PARA LOS TRABAJADORES SUJETOS A CAUCIÓN:

Independientemente de los requisitos determinados en el Artículo 9 de este Reglamento, cuando se trate de llenar cargos en los que por mandato legal debe rendirse caución, el interesado, con anterioridad a la celebración de su Contrato de Trabajo, rendirá la que con arreglo a la Ley, fije el IESS.

CAPITULO II DE LA PROVISIÓN DE CARGOS

Art. 12. NORMAS QUE DEBEN OBSERVARSE PARA LA PROVISIÓN DE CARGOS Y VACANTES O DE CARGOS CREADOS:

Los cargos, vacantes o los cargos creados se llenarán con estricta sujeción a la prelación siguiente:

- a) En primer lugar se tomará en cuenta a los trabajadores de la misma Unidad Operativa que estuvieren en la categoría inmediata inferior a aquella del cargo vacante o del cargo creado que se trate de llenar;
- b) En segundo lugar tendrán opción los trabajadores de la misma Unidad operativa que constaren en las dos categorías inmediatas inferiores a la del cargo vacante o del cargo creado que se trata de llenar;
- c) En tercer lugar se considerará a los demás trabajadores de planta del IESS que constaren en la categoría inmediata inferior a aquella del cargo vacante o del cargo creado que se trata de llenar.

Para la aplicación de las disposiciones contenidas en los literales a), b) y c) de este artículo, la provisión de cargos y vacantes o de cargos creados, hará referencia a las categorías que forman parte de las respectivas series definidas en el Manual de Clasificación de Puestos y no a los grados establecidos en la Escala de Remuneraciones.

- d) A falta de todos los anteriores tendrán opción los aspirantes a ingresar al IESS.

Art. 13. DE LA OBLIGATORIEDAD DE LOS CONCURSOS:

Para la provisión de cualquiera de los cargos vacantes o cargos creados de que trata el Artículo anterior la División o Jefaturas de Recursos Humanos respectiva, procederá obligatoriamente a realizar el o los correspondientes Concursos de Merecimientos y/u Oposición, según fuere el caso, previo conocimiento de la representación del CEU. Tratándose de las vacantes o de cargos creados que plantee la promoción o ascenso de servidores de planta del IESS, y cuando exista un solo candidato, de ser este idóneo, será promovido automáticamente con informe del Tribunal Respectivo, sin necesidad de concurso alguno.

Art. 14. DE LA CONVOCATORIA, BASES Y REQUISITOS PARA LOS CONCURSOS:

Por disposición de la Dirección General o de las Direcciones Regionales según la Jurisdicción, la División o Jefatura de Recursos Humanos respectiva, elaborará la convocatoria, bases y más requisitos que de conformidad con este Reglamento, fueren pertinentes para el Concurso, dentro de los 30 días posteriores a la fecha de producida la vacante o de creado el cargo.

Para los concursos de Oposición, el Jefe de la respectiva Unidad Operativa, previa petición de la División o Jefatura de Recursos Humanos, con 15 días de anticipación a la fecha del concurso, en sobre cerrado' presentará un banco de 50 preguntas, referentes 25 de ellas a aspectos generales del Seguro Social y 25 sobre asuntos que competen a la administración y procesos que se cumplen en la Unidad en la cual se va a llenar la vacante.

Art. 15. DE LOS CARGOS SUJETOS A LEYES DE DEFENSA PROFESIONAL:

El procedimiento al que se someterá el IESS, para llenar vacantes sujetas a Leyes de Defensa Profesional, será el que se fije en dichas Leyes o en los Reglamentos a los que se remitan.

Art. 16. DE OTROS CONTRATOS LABORALES:

Los contratos de la Obra Ciertas, Ocasionales, Temporales y de Naturaleza Precaria que celebre el IESS, se someterán a lo dispuesto en el Código de Trabajo y más disposiciones pertinentes y aplicables del mismo.

Art. 17. DEL ALCANCE DE LOS CONCURSOS

La División o Jefaturas de Recursos Humanos respectiva, conjuntamente con los representantes del CEU serán los facultados para determinar si los Concursos para provisión de cargos deben ser únicamente de Merecimientos y/u Oposición; para cuya determinación se fundarán necesariamente en los criterios que permitan una mejor y más positiva selección del personal.

Art. 18. DE LA INTEGRACIÓN

Para llenar las vacantes a las que se refieren los literales a), b), y c) del Artículo 12 del presente Reglamento, los Tribunales para los Concursos de Oposición y/o Merecimientos, serán paritarios, con dos Delegados, que serán el Jefe de la

División de Recursos y el Jefe del Departamento donde se produjera la vacante, y dos Delegados de la parte Trabajadora, designados por el Comité Especial Único. Los Jefes de Recursos Humanos, podrán designar Delegados que los representen.

Los Jefes de Recursos Humanos o sus Delegados presidirán los Tribunales para los Concursos de Oposición y/q Merecimientos y tendrán voto dirimente.

Art. 19. OBLIGATORIEDAD DEL CONTRATO DE PRUEBA:

El Trabajador que ingresará a prestar sus servicios en el IESS lo hará obligatoriamente previa la suscripción del correspondiente Contrato de Prueba, el que tendrá una duración de noventa días.

La terminación de los Contratos de Prueba, se notificarán dentro de los términos establecidos en la Ley, previa la evaluación correspondiente efectuada por la División o Jefaturas de Recursos Humanos, de que se trate.

CAPITULO III

**DEL REGISTRO ESPECIAL DE LOS TRABAJADORES DE PLANTA DEL
IESS SOMETIDOS AL CÓDIGO LABORAL**

Art. 20. DEL REGISTRO Y EXPEDIENTE INDIVIDUALES:

La División o Jefaturas de Recursos Humanos respectiva, llevará un Registro Especial de los trabajadores que de conformidad con este Reglamento, hubieren obtenido los Contratos Laborales o Nombramientos Definitivos, mediante expedientes individuales que contendrán además de los documentos puntualizados en el Artículo 9 de este Reglamento, los que comprueben lo siguiente:

- a) Los cargos que hubiere desempeñado dentro del IESS, con especificación de los tiempos de servicios prestados en cada uno de ellos, de los sueldos asignados para cada cargo, de sus categorías; para lo cual, la respectiva División o Jefatura de Recursos Humanos, anexará al expediente individual, copia de los nombramientos; y,
- b) Las sanciones impuestas, las que se comprobarán con los oficios o documentos en los que se hubiere establecido. No se incluirán las que hayan sido redimidas por el trabajador en la forma y modo que se determinan en este Reglamento.

- c) El Curriculum, que se aprobará con los documentos debidamente autenticados y que hayan sido remitidos por el trabajador a la Jefatura de Recursos Humanos y que se anexarán en su expediente.

TITULO III

DE LA CLASIFICACIÓN DE PUESTOS Y EVALUACIÓN DEL PERSONAL

Art. 21. CLASIFICACIÓN DE PUESTOS Y EVALUACIÓN DEL PERSONAL

La clasificación de puestos y evaluación del personal, sometidos al Código Laboral, como sistema básico de la Administración de Recursos Humanos, es obligatoria para el IESS.

Art. 22. EVALUACIÓN:

Los Jefes Departamentales o los Jefes inmediatos efectuarán una evaluación del desempeño de las tareas encomendadas a los trabajadores sujetos a este Reglamento, para lo que instrumentarán los procedimientos que para ese efecto señala la administración de Recursos Humanos y mas disciplinas conexas. Los resultados de la mencionada evaluación, deberán ser notificados mediante comunicación escrita al respectivo trabajador.

TITULO IV

DE LA CAPACITACIÓN

Art. 23. DE DERECHO A LA CAPACITACIÓN:

El presente Reglamento consagra el derecho a la capacitación de los trabajadores del IESS, sometidos al Código Laboral; estableciendo en esta área como sus propósitos primordiales, el mejoramiento y aplicación de conocimientos de tales trabajadores especialmente en los relacionados con sus funciones de trabajo.

Art. 24. OBLIGACIÓN DE ASISTIR A LOS EVENTOS DE CAPACITACIÓN:

Los trabajadores sujetos a este Reglamento quedan obligados a asistir a los eventos de capacitación para los que hubieren sido seleccionados, salvo los casos debidamente justificados.

Art. 25. PLANES Y PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN:

Para la formulación de los planes y programas de capacitación destinados a los servidores del IESS amparados por el Código de Trabajo, la Dirección o

Regionales, según el caso, tomarán en consideración las sugerencias y recomendaciones que al efecto plantee el Comité Especial Único de las Organizaciones Laborales del IESS, a nivel nacional.

TITULO V

DE LA JORNADA DE TRABAJO

Art. 27. DE LA JORNADA MÁXIMA DE TRABAJO:

La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición, de Ley o del respectivo Contrato Colectivo, en contrario.

Por consiguiente, la jornada que regirá durante el invierno en la Costa, será la fijada en la pertinente Ley.

Las jornadas nocturnas de trabajo, los turnos, así como las labores que se realizan en el subsuelo se someterán a lo que prescribe el respectivo Contrato Colectivo, Código del Trabajo y Leyes Laborales conexas.

Art. 28. DE LA JORNADA DIARIA:

Los trabajadores del IESS que prestan servicios en el Área Administrativa de la Dirección General, de las Direcciones Regionales, de las Delegaciones e Inspectorías, laborarán mediante el sistema de jornada única las que se iniciarán a las 07h30, y concluirán a las 15h30, con un receso de 00h30, a partir de las 13h00, que se concede para el respectivo refrigerio.

El personal administrativo de los hospitales, clínicas y dispensarios, se sujetarán a la jornada única.

El personal paramédico de tales hospitales y clínicas, laborarán mediante el sistema de tres turnos de ocho horas cada uno en forma rotativa, que se cumplirán así

De las 07h00 a las 15h00, el primer turno;

De las 15h00 a las 23h00, el segundo turno;

De las 23h00 a las 07h00, (día siguiente), el tercer turno

Las jornadas diarias sujetas a turnos distintos de los determinados en este artículo, se establecerán con arreglo a lo prescrito en las Leyes de Defensa Profesional, respectivas, en el Contrato Colectivo, Código del Trabajo y Leyes Labores conexas.

Art. 29. HORAS SUPLEMENTARIAS Y EXTRAORDINARIAS:

Para tener derecho al pago de horas suplementarias y extraordinarias deberá proceder la correspondiente autorización del Director General o Directores Regionales, según fuere el caso.

El control del cumplimiento del trabajo en horas extraordinarias o suplementarias, será de exclusiva responsabilidad del Jefe de la respectiva Unidad Administrativa de que trate.

Art. 30. DEL SISTEMA DE CONTROL DE ASISTENCIA:

Para el control de asistencia diaria, la parte Empleadora, instalará en los correspondientes lugares de trabajo, relojes de control, con las respectivas tarjetas de asistencia de cada uno de los trabajadores, quienes están obligados a marcarlas tanto a la hora de ingreso como a la hora de salida de su jornada diaria de labor y en igual forma a firmar las listas de control diario de asistencia al trabajo.

Art. 31 RECTIFICACIÓN EN LAS TARJETAS DE ASISTENCIA:

Cualquiera de los funcionarios que representan a la parte empleadora, está autorizado para efectuar con su puño, letra y firma de responsabilidad, rectificaciones en las tarjetas de asistencia y, solamente en los casos que tales rectificaciones sean justificadas.

Art. 32. LÍMITE DE TOLERANCIA POR ATRASOS

Se tolerarán como máximo atrasos de hasta diez minutos diarios, posteriores a la hora fijada para el ingreso a la respectiva jornada de trabajo, excedido el cual, se descontará de la remuneración la totalidad de los minutos de atraso, contados desde dicha hora de ingreso.

Art. 33. AVISO POR FALTA:

Cuando un trabajador no pudiese concurrir a su jornada de labor por causa de enfermedad, accidente de trabajo, fuerza mayor o caso fortuito, dará por los medios de que disponga, aviso inmediato de tal hecho a su superior jerárquico; luego de lo cual tendrá el término de tres días laborables, para justificar el motivo de su inasistencia.

En caso de enfermedad, queda obligado a solicitar atención médica a domicilio.

TITULO VI
DE LOS PERMISOS, LICENCIAS Y VACACIONES

Art. 34. DE LAS AUSENCIAS DURANTE LAS JORNADAS DIARIAS:

Solamente los funcionarios que según este Reglamento constituyen la parte Empleadora, podrán dentro de su respectiva Unidad Administrativa conceder a los trabajadores que estuvieren bajo su directa dependencia, autorización para que se ausenten de sus labores de trabajo, en los casos debidamente justificados.

Art. 35. PERMISOS SINDICALES:

La concesión de los permisos sindicales se sujetará a lo prescrito en el respectivo Contrato Colectivo.

Art. 36. PERMISO PARA ESTUDIANTES:

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, a través de su Director General, concederá a sus trabajadores sujetos a este Reglamento, permisos para que realicen estudios de educación media hasta por dos horas diarias y para educación superior bajo el sistema presencial, no presencial o mixto, hasta cuarenta horas al mes y 72 horas por cada semestre, las mismas que serán utilizadas de acuerdo a los requerimientos académicos de la respectiva Universidad o entidad educativa.

Cualquier tiempo que exceda al fijado en el inciso anterior, y que en ningún caso podrá ser superior a una hora adicional diaria, será compensado diariamente el trabajo que dichos beneficiarios queden obligados a realizar en la misma jornada en la que hubieren obtenido el permiso. Dicha compensación se refiere exclusivamente al tiempo que exceda de las dos horas.

Para optar a tales permisos, los interesados deberán tener cinco años de actividad laboral, dos de los cuales por lo menos deben ser en el IESS y los estudios a realizar, serán afines a su actividad y nombramiento; y, deberán presentar ante las respectivas unidades de Recursos Humanos o de Personal, copia de la matrícula, certificado de la conclusión del periodo, horario de clases, así como el pertinente certificado de asistencia trimestral.

Los permisos a que se refiere este Art. se suspenderán cuando el trabajador hubiere perdido el año o cuando de conformidad con el certificado de asistencia a clases se comprobare hasta el 30% de faltas injustificadas.

Art. 37. PERMISOS ESPECIALES:

Los permisos especiales por fallecimiento de los padres del trabajador, cónyuge, hijos, por matrimonio y por onomástico o cumpleaños, cambio de domicilio, se concederán con arreglo a lo que dispone el pertinente Contrato Colectivo, para el caso de fallecimiento de hermanos, se concederán dos días de permiso.

Art. 38. LICENCIAS Y VACACIONES: Para el caso de licencias sin sueldo que requieran los trabajadores que hubieren concluido y aprobado sus estudios y necesiten realizar servicios, prácticas o actividades para legalizar su título y ejercicio profesional, la Institución se obliga a conceder licencias sin sueldo, hasta por un año para tal fin. Concluido el mismo, los beneficiarios deberán reintegrarse a sus funciones en la misma unidad operativa por lo menos por dos años continuos, con igual cargo y grado presupuestario que ocupaban al momento que obtuvieron la autorización de la licencia; esto, independientemente de los incrementos salariales que haya experimentado dicho cargo. Para lo cual, los interesados deberán tener dos años de actividad laboral en el IESS y los estudios realizados, sean a fin a su actividad y nombramiento; y, deberán presentar ante las respectivas unidades de Recursos Humanos o de Personal, copia del documento compromiso (contrato), con la Institución educativa en la que va obtener el título, así como el pertinente certificado de asistencia o cumplimiento mensual de las actividades específicas.

ARTÍCULO VII DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR

Art. 39. OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR:

Sin perjuicio de las obligaciones que para el Empleador se encuentran establecidas en las Leyes laborales pertinentes, en el Contrato Colectivo e Individual de trabajo, tendrá respecto de los servidores del IESS sujeto a este Reglamento, las siguientes:

- a) Dotar de locales adecuados de trabajo y mantener sus instalaciones en perfecto estado de funcionamiento sometiéndose para ello a las normas legales pertinentes.

- b) Proporcionar a los trabajadores, con la oportunidad del caso, los efectos de trabajo que estos requieran para el cumplimiento de sus obligaciones.
- c) Proveer si fuera del caso, de los implementos de seguridad que los trabajadores precisaren,
- d) Tratar a los trabajadores con la consideración y respeto debidos.
- e) Cumplir con las normas de seguridad e higiene del trabajo.
- f) Cumplir con las disposiciones de este Reglamento.

TITULO VIII

DE LAS PROHIBICIONES AL EMPLEADOR

Prohíbese al Empleador, además de lo prescrito en el Art. 43 del Código del Trabajo lo siguiente:

- a) Transgredir las normas laborales constantes en la Constitución Política del Estado, en el Código del Trabajo, en el Contrato Colectivo y en los respectivos contratos individuales de los servidores sujetos a este Reglamento;
- b) Interferir o conculcar el derecho de defensa de los trabajadores;
- c) Interferir o conculcar el derecho al libre desenvolvimiento de las Organizaciones Clasistas y Laborales del IESS, legalmente constituidas.
- d) Imponer sanciones no previstas en este Reglamento;
- e) Disponer que un trabajador del IESS ejerza una actividad distinta de aquella para la que se le contrató;
- f) Realizar los traslados que implique cambio de domicilio, contrariando las disposiciones de la Ley y del Contrato Colectivo; y,
- g) Incumplir lo prescrito en el presente cuerpo normativo.

TITULO IX

DE LAS OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 41. MARCO DE OBLIGACIONES:

Sin perjuicio de las obligaciones establecidas en el Código Laboral y en los pertinentes contratos individual y Colectivo, los trabajadores sometidos a este Reglamento darán especial atención a las siguientes:

- a) Acatar y ejecutar las instrucciones impartidas por sus superiores, a condición de que las mismas no se aparten de las fijadas en la Ley, en los contratos individuales y Colectivos;

- b) Concurrir cumplidamente a sus labores, sujetándose a las respectivas jornadas y horarios de trabajo y dar aviso oportuno a sus superiores jerárquicos cuando no pudieren asistir a ellas, salvo los casos de excepción previstos en este Reglamento;
- c) Utilizar durante la jornada de labor el uniforme proporcionado por el IESS, propendiendo a su adecuada conservación;
- d) Mantener en buen estado los efectos de trabajo que estuvieren a su cargo, no siendo responsable por el deterioro que origina el uso de estos efectos, ni el ocasionado por los eventos de fuerza mayor en caso fortuito, ni tampoco el proveniente de la mala calidad o defectuosa construcción de los mismos;
- e) Tratar a sus superiores y compañeros de trabajo con el respeto y consideración debidos y evitar el desatender sus obligaciones laborales para dedicarse a otras actividades;
- f) Formular a sus superiores las sugerencias y recomendaciones que las estimen adecuadas para el mejoramiento del trabajo o actividad que desempeñan;
- g) Cumplir con las medidas de prevención y seguridad de conformidad con la Ley y Reglamentos vigentes;
- h) Tratar a los afiliados, empresarios, beneficiarios y público en general, en forma esmerada y cortés;
- i) Entregar cuando en uso de licencia, vacaciones o cuando se separen del IESS, a su superior jerárquico, los materiales de trabajo que hubieren estado legalmente bajo su cuidado, para lo que conjuntamente con aquel, suscribirá el Acta de descargo correspondiente;
- j) Asumir el pago de los daños y perjuicios que por negligencia manifiesta, debida y legalmente comprobada, hubiere causado a los bienes de propiedad del IESS; y,
- k) Permanecer durante la jornada diaria de labor en el correspondiente recinto de trabajo, salvo los casos previstos en este Reglamento.

TITULO X

DE LOS DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

Art. 42. DE LOS DERECHOS GARANTIZADOS POR ESTE REGLAMENTO:

Independiente de los derechos establecidos en la Constitución Política del Estado, Código del Trabajo, Contrato Colectivo, Contrato individual y Disposiciones Laborales conexas, el IESS garantiza a sus trabajadores sometidos al presente Reglamento, los siguientes:

- a) El ejercicio del derecho de defensa con sujeción a tales cuerpos normativos y contratos, así como a lo que prescribe este Reglamento;
- b) El derecho a realizar la actividad clasista o sindical con sometimiento a lo que dispone la Ley;
- c) El derecho a su estabilidad, promoción y ascenso en arreglo a las Leyes y Contratos referidos en el inciso lo de este artículo; y,
- d) El derecho a que las normas de este Reglamento se las aplique en el sentido que más le favorezca, sin perjuicio del establecimiento de las sanciones a que hubiere lugar.

TITULO XI

DE LAS PROHIBICIONES A LOS TRABAJADORES DEL IESS SUJETOS AL CÓDIGO LABORAL

Art. 43. PROHIBICIONES:

Sin perjuicio de las prohibiciones prescritas en el Art. 45 del Código Laboral, está prohibido a los servidores del IESS, sujetos a este Reglamento, lo siguiente:

- a) Falsificar o alterar dolosamente documentos extendidos o tramitados dentro del IESS, acto que será considerado como falta a la probidad y conducta inmoral del trabajador en los términos del numeral 3o el Art. 171. del Código Laboral;
- b) Haber presentado para su ingreso al IESS o posteriormente y para que sean incorporados a su carpeta individual, documentos falsos, acto que también será considerado como falta de probidad o conducta inmoral del trabajador en los términos del numeral 3o del Art. 171 del Código Laboral;
- c) Recibir coimas, por el cumplimiento de las obligaciones inherentes a su cargo o por cualesquiera de las que efectuó el IESS, acto que surtirá iguales efecto que el señalado en el inciso anterior;
- d) Intervenir dentro de los lugares de trabajo de IESS en los juegos de azar que expresamente prohíbe el Código Penal;

- e) Ingerir bebidas alcohólicas o estupefacientes durante las horas de trabajo; o presentarse bajo el efecto de las mismas;
- f) Provocar dentro de los recintos de trabajo: Escándalos o incidentes graves reñidos con sus obligaciones laborales, y por ende con la moral y las buenas costumbres, ya sea mediante injurias de palabra y obra;
- g) Faltar injustificadamente al trabajo;
- h) Suspensión temporal e injustificada del trabajo, durante las jornadas de labor, salvo las excepciones establecidas en el presente Reglamento;
- i) Negarse a ejecutar las labores que hayan sido legalmente encargadas dentro de las actividades que son de su competencia o realizar con manifiesta negligencia debidamente comprobadas;
- j) Efectuar trabajos ajenos al IESS dentro de los recintos de la Institución;
- k) Realizar actividades mercantiles particulares durante las horas y en su lugar de trabajo, salvo las que efectúen en representación de las Cooperativas y los organismos Clasistas y Laborales del IESS, legalmente establecidos;
- l) Conceder préstamos de dinero con intereses usuarios en forma individual o por intermedio de sociedades de hecho o de cualquier naturaleza;
- m) Permitir que los efectos de trabajo a su cargo sean empleados por personas que no estén autorizadas para ello, o utilizar los recursos de la Institución en beneficio de personas no afiliadas o de terceros que no tengan derecho;
- n) Descuidar el mobiliario, máquinas, herramientas y más materiales de trabajo que estuvieran bajo su responsabilidad;
- ñ) Ausentarse del trabajo durante la jornada de labor diaria, sin permiso previo de su inmediato superior jerárquico, salvo casos de emergencia;
- o) Permanecer sin autorización del superior jerárquico, dentro de las dependencias del IESS fuera de las horas laborables, excepto para los trabajos supletorios y extraordinarios;
- p) Realizar dentro de los lugares de trabajo, propaganda partidista, política o religiosa;
- q) Marcar las tarjetas de asistencia de otro trabajador.

Presupuestaria

Inversión activos fijos

Cuadro # 14

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
	EQUIPO DE OFICINA		
2	Acondicionador de aire 16 BTU	750,00	1.500,00
	TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		1.500,00
	EQUIPOS DE COMPUTACION		
2	Computadora de escritorio	600,00	1.200,00
2	Impresora - escáner - fax	85,00	170,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACION		1.370,00
	MUEBLES Y ENSERES		
2	Escritorio	110,00	220,00
2	Sillas de oficina	25,00	50,00
1	Dispensador de agua	50,00	50,00
3	Sillas de espera	15,00	45,00
1	Archivador	75,00	75,00
			440,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		2.870,00

Cuadro # 15

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEP.	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	440,00	10%	3,67	44,00
EQUIPO DE COMPUTACION	1.370,00	33%	37,68	452,10
EQUIPO DE OFICINA	1.500,00	10%	12,50	150,00
TOTAL	3.310,00		53,84	646,10

Cuadro # 18

	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNO	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1
SUMINISTRO	200,00		40,00		40,00		40,00		40,00		40,00		400,00
DEP. MUEBLES Y ENSERES	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	3,67	44,00
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	37,68	452,10
DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	12,50	150,00
	253,84	53,84	93,84	53,84	93,84	53,84	93,84	53,84	93,84	53,84	93,84	53,84	1.046,10

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

5.7.1 Actividades

Para poder poner en marcha la implementación de la Jefatura de Relaciones Públicas se ha realizado algunas actividades que detallara a continuación.

- Visitar el IESS a solicitar permiso para realizar varias gestiones referentes al proyecto.
- Se realizó un reconocimiento de toda el área para identificar las falencias que presenta este Hospital, donde se pudo comprobar que no existe una Jefatura de Relaciones Públicas a través de una entrevista a la Lic. Greta Montero Dpto. de Educación de la Salud.
- Visita por los departamentos para constatar en qué ambiente está laborando el personal.
- Identificación de las situaciones críticas de la institución.
- Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a los empleados, afiliados y jubilados para saber que opinan del servicio que brinda este hospital hacia el público externo.
- Recopilación de la información.
- Tabulación de la información.
- Análisis de los resultados.
- Propuesta de la implementación de una Jefatura de Relaciones Públicas
- Implementación de una Jefatura de Relaciones Públicas.

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero.

Cuadro # 19

RECURSO MATERIALES	
RECURSOS OPERACIONALES	CANTIDAD
Resma de Hojas A4.	2
Esferográficos.	8
Lápiz.	3
Transporte (viaticos)	2
Refrigerios	1
Borradores.	2
Resaltadores.	2
Grapadora.	1
Carpetas	8
Impresión de encuestas	30
Copias	50
Perforadora.	1
Impresiones varias	100
Guión radiofonico radio la Voz de Milagro	1
Triptico	1
RECURSOS TECNOLOGICOS	
Internet	20

Recursos financieros

Cuadro # 20

RECURSO MATERIALES			
RECURSOS OPERACIONALES	CANTIDAD	VALOR INDIVIDUAL	VALOR TOTAL
Resma de Hojas A4.	2	4,00	8,00
Esferográficos.	8	0,25	2,00
Lápiz.	3	0,20	0,60
Transporte (viaticos)	2	50,00	100,00
Refrigerios	1	30,00	30,00
Borradores.	2	0,35	0,70
Resaltadores.	2	0,50	1,00
Grapadora.	1	3,50	3,50
Carpetas	8	0,25	2,00
Impresión de encuestas	30	0,35	10,50
Copias	50	0,05	2,50
Perforadora.	1	3,50	3,50
Impresiones varias	100	0,35	35,00
Guión radiofonico radio la Voz de Milagro	1	35,00	35,00
Triptico	1	10,00	10,00
RECURSOS TECNOLOGICOS			
Internet	20	0,75	15,00
TOTAL			259,30

5.7.3 Impacto

Con la implementación de la Jefatura de Relaciones Públicas en el IESS-Milagro, se optimizara las relaciones entre los usuarios, dejando atrás problemas y caos que perjudicaban a la institución, los usuarios externos tendrán una clara visión sobre los servicios y beneficios que brinda esta casa de salud, causando un impacto institucional a través de una excelente comunicación.

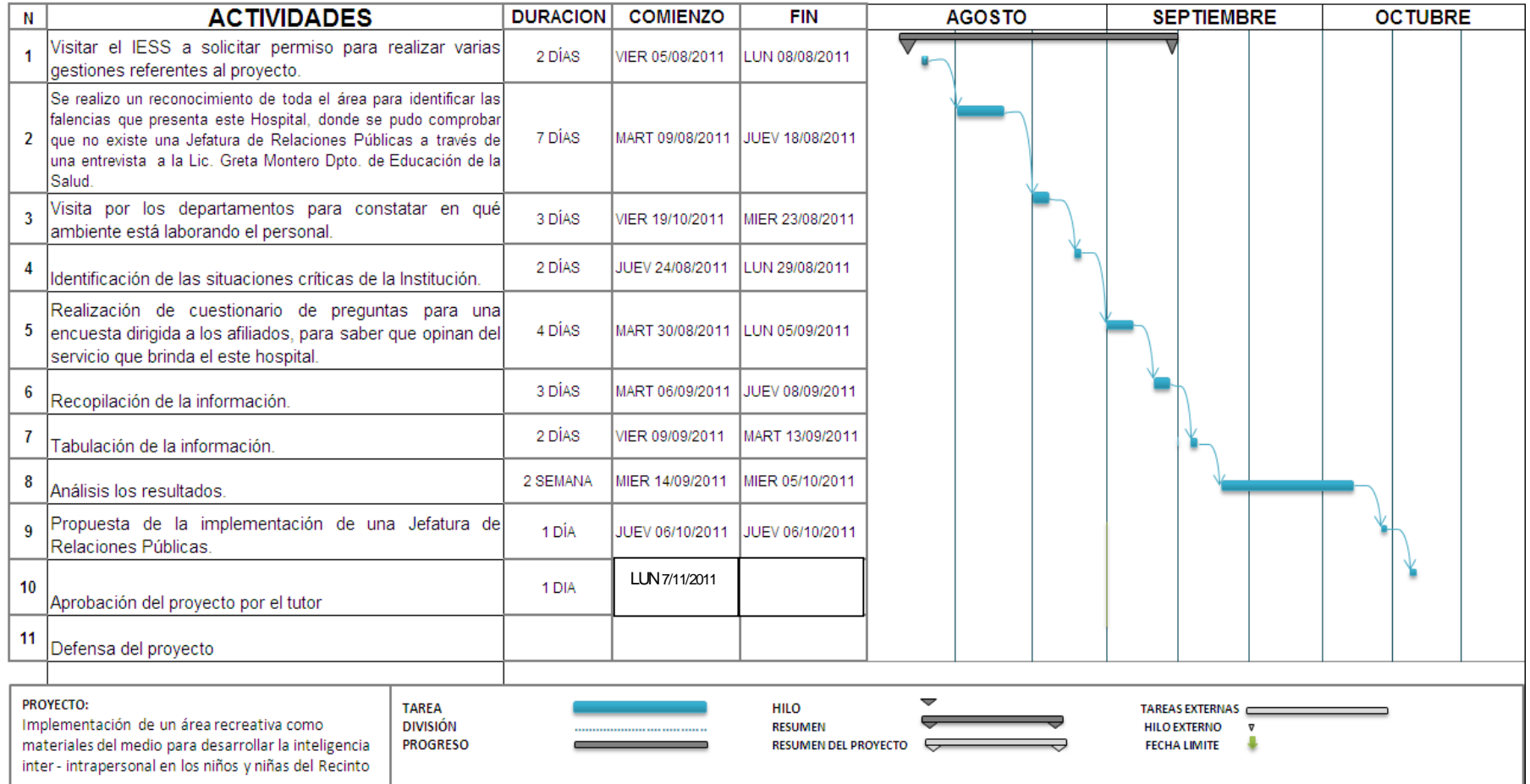
Es un medio abierto que promueven el intercambio de valores solidarios, insertándose en su contexto de verdadero compromiso social, a partir de un adecuado procesamiento del entorno social, económico, laboral, educativo, porque es el que más influye en el comportamiento irreverente de los usuarios, por las

falencias, las desigualdades, para determinar un nivel de nuevos instrumentos y herramientas, formación, entretenimiento que no es bien direccionado.

El Programa busca influenciar en la colectividad, llevándoles información, medidas de prevención médica, para que además la comunidad tenga posibilidades de incidir en las decisiones relativas a su propio desarrollo y bienestar.

5.7.4 Cronograma

Cuadro # 21



5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

Para poder identificar los problemas a la que es sujeta esta entidad se utilizó como herramienta investigativa la encuesta dirigida a los funcionarios del hospital y a los afiliados, para constatar en forma directa que opinaban sobre el servicio y atención que brinda esta institución, que tan reconocida era en este medio, como calificaban el servicio brindado y por ultimo si llenaban las expectativas y necesidades de los usuarios externos. Una vez obtenida esta información se procedió a trabajar en los puntos críticos (falta de comunicación) para optimizar el servicio, logrando credibilidad total, lealtad y reconocimiento por parte de los pacientes, posicionándose como un grupo respetable dentro de este ámbito como es la salud.

Conclusiones

Una vez de haber realizado los estudios pertinentes sobre el tema propuesto se ha concluido con observaciones que aportarán para darle un realce más a este proyecto, el mismo que servirá de gran ayuda al desarrollo comunicacional del Hospital IESS-Milagro.

- De acuerdo a los estudios realizados, mediante la encuesta se pudo comprobar que la institución maneja escasa comunicación hacia los usuarios, motivo por el cual se ha suscitado un ambiente de inconformidad.
- La Institución no cuenta con una Jefatura de Relaciones Públicas, motivo por el cual se maneja una escasa información comunicativa tanto al usuario interno como externo, teniendo estos últimos un alto nivel de desconocimiento sobre los beneficios que tienen al estar afiliados.
- Además la historia dice que el ser humano desde sus inicios ha buscado diferentes maneras de comunicarse, y al pasar el tiempo se han dado modernas y diferentes formas, por lo que en la actualidad contamos con comunicación radial, televisiva, prensa escrita, fax, el internet, etc.
- No se explotan los principales medios informativos para publicar información relevante de carácter social e institucional, razón por la cual se ha presentado escenarios de inconformidad por parte de los afiliados.
- Dentro del proceso investigativo, se pudo conocer que los afiliados y jubilados, desconocen a ciencia cierta sobre los nuevos beneficios que brinda esta respetable Institución, como son la obligación del empleador,

proteger al afiliado mediante programas de prevención de los riesgos derivados del trabajo y acciones de reparación de los daños ocasionados de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, incluida la rehabilitación física y mental, contando además que son beneficiados los hijos de los afiliados menores de 18 años, contando con los mismos derechos.

- El IESS a pesar de disponer con equipos de alta tecnología como el quirófano inteligente no se realiza el uso de este de la manera más idónea, por la falta de capacitación tecnológica del personal médico de ésta.

RECOMENDACIONES

- La Dirección del IESS Milagro debe buscar la forma más adecuada de optimizar las relaciones comunicacionales, por lo tanto se requiere poner en práctica este trabajo, etc.
- Implementar una Jefatura de Relaciones Públicas en el Hospital IESS-Milagro para mejorar satisfactoriamente la parte comunicacional entre usuarios, con el propósito de optimizar el servicio, evitando problemas y caos que perjudican la imagen de la entidad.
- Realizar un estudio sobre los medios comunicacionales de mayor atención pública por parte de los usuarios, para establecer una comunicación más profunda sobre temas y actividades en las que se encuentra inmersa la institución.
- Se recomienda difundir la información para prevenir enfermedades tropicales y epidemias de las etapas invernales con materiales de apoyo, como son: trípticos, cuñas radiales, cartillas, videos de la institución, hojas volantes, infografías, etc.
- Es importante que se capacite al personal médico, dictando conferencias científicas actualizadas y asesoramiento para el manejo de los equipos con tecnología de punta, haciendo cursos fuera de la Institución, inherentes a cada especialidad.
- Ejecutar programas, asistiendo a las empresas públicas y privadas a dar charlas de información, con el propósito de tener contacto con la comunidad y reflejar la preocupación de la comunicación organizacional.
- Es necesario que una vez implementada la Jefatura de Relaciones Públicas, el elemento humano debe colaborar para asesorarse de este sistema de cambio comunicacional, con una actitud positiva y no ponerse

renuentes al aplicar esta propuesta, herramienta básica para llegar con éxito a este objetivo.

- Concienciar que en toda Institución de Salud, debe existir Jefatura de Relaciones Públicas, mostrando resultados efectivos a través de la implementación de esta propuesta, en el Hospital IESS-Milagro.
- Orientar educación y guía hacia la nutrición, para cambiar los estilos de vida y hábitos recomendados de alimentación, para mantener una buena salud y lograr beneficios para el adulto mayor. Realizar actividades deportivas y sociales donde ellos puedan desarrollar sus actividades manuales, artísticas, literarias y físicas que ayuden a mantenerse vitalmente activos y su desarrollo integral.
- Ejecutar programas y hacer presencia en la comunidad rural, con unidades móviles, para difundir los beneficios de las vacunas en las diferentes etapas del infante, ya que de esta manera estaremos aplicando el plan de programa de prevención y salud.
- Dictar conferencias en las instituciones educacionales de paternidad responsable y embarazos no deseados, educación sexual a los adolescentes de los colegios. Además charlas sobre enfermedades de transmisión sexual entre estas: SIDA-HEPATITIS, etc., de esta manera cumpliremos con beneficiar a la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

WILCOX Dennis L. Relaciones Públicas, Editorial Jordi, Edición 2006 Español

BONILLA, Carlos, Alonso, Manuel, DICKIND, Ronald: *Relaciones públicas*, Ed. EDAMEX, año 1997.

KALINOWSKI, Hilda: *COMUNICACIÓN GENERAL*, Editorial Edibosco, año 2006

LEÓN, Félix: *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright .2008

PAULI GUNTER: *MANUAL COMUNICACIONAL*, Editorial Limerin S.A, 2008

PAULI GUNTER: *LENGUAJE Y COMUNICACION*, Editorial Limerin S.A., 2006

Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

Datos históricos proporcionados por el área administrativa del Hospital del IESS-Milagro.

LINCOGRAFIA

Chasqui, diciembre del 2005, Revista Latinoamericana de Comunicación.
CIESPAL Quito.

Conferencia de Relaciones Públicas y comunicación efectiva, desarrollada por el Lic. Carlos Ibañez en el Simposio de Comunicación Social, efectuado en la UNEMI el 20 y 21 de enero de 2011.

Revista Gestión <http://www.revistagestion.com> - <http://www.gestiopolis.com>

Adaptación del Artículo por Michael E. Porter, HARVARD BUSINESS REVIEW, ¿Qué es Estrategia? DIC. 2005

Portal de Relaciones Públicas,

<http://www.rppnet.com.ar/gestiondelacomunicacion.htm>

<http://www.ciespal.net/ciespal/images/docu/diezpuntos/10%20puntos%20para%20una%20ley%20de%20comunicacin%20democrtica%20en%20el%20ecuador.pdf>

ANEXOS

Anexo 1

La autorización de las Autoridades del IESS-Milagro, para la realización del Proyecto.

Milagro, 2 de agosto de 2011

Doctor
Mauro García Arana
Director Técnico
Hospital del IESS Milagro

HOSPITAL IESS MILAGRO
RECIDIDO
DIRECCIÓN TÉCNICA
Fecha: - 5 AGO 2011
Hora:-----
Firma:-----

De mis consideraciones.

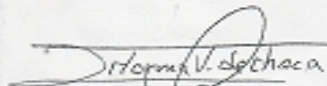
Mediante la presente solicito a usted en calidad de Director Técnico de esta Entidad, que tan acertadamente dirige, autorice a quien corresponda para que me facilite cierta información para realizar un proyecto cuyo tema es "ESTRATEGIA DE PROCESO DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL" ya que me encuentro en calidad de egresada de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro y necesito elaborar el proyecto previo a la obtención de la licenciatura.

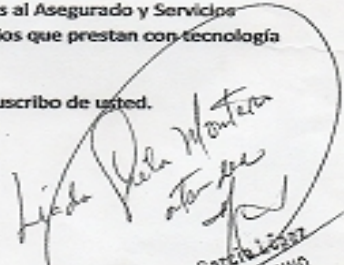
La información es la siguiente:

Consulta Externa: Sus Respectivas Especialidades, Servicios al Asegurado y Servicios Complementarios, además necesito filmar todos los servicios que prestan con tecnología moderna.

Agradeciendo de antemano su favorable aceptación, me suscribo de usted.

Atentamente,


Sra. Norma V. de Choca
CI.: 100119982-5


Dr. Jorge García López
DIRECTOR EJECUTIVO
I.E.S.S. HOSPITAL L. E. S. S. MILAGRO

Recibido:
8/08/2011
JGarcía

Anexo 2

Objetivo de la encuesta.- Conocer el grado de conocimiento que tienen las personas sobre el servicio que brindan las líneas de transportación pública del Cantón el Trunfo

Encuesta dirigida al personal interno del Hospital IESS-Milagro.

1. Especifique en qué área de gestión se desempeña al interior del IESS?

ADMINISTRACIÓN

SALUD

SEGURIDAD

2. ¿Cómo califica usted la atención brindada a los afiliados del IESS?

BUENA

MUY BUENA

EXCELENTE

DE CALIDAD

3. ¿Cree usted que el IESS realiza una correcta comunicación, de los servicios ofertados, con el público externo?

SI EXISTE COMUNICACIÓN

NO EXISTE COMUNICACIÓN

POCA COMUNICACIÓN

MEDIANA COMUNICACIÓN

NO HAY COMUNICACIÓN

4. ¿Cree usted pertinente que se debería acrecentar la difusión de mensajes focalizados desde el Hospital del IESS hacia los afiliados?

- IMPORTANTE
- MUY IMPORTANTE
- POCO IMPORTANTE
- NO ES IMPORTANTE

5. ¿Piensa usted que se debería desarrollar una Estrategia de Gestión de la Comunicación en el IESS, con la finalidad de optimizar el servicio?

- NECESARIO
- MUY NECESARIO
- POCO NECESARIO
- NO ES NECESARIO

6. ¿Qué medios de información utilizan para comunicarse entre funcionarios y pacientes?

- ANUNCIOS
- CIRCULARES
- INFOGRAFÍAS
- DIPTICOS
- FRANEOLOGRAFÍAS
- FORMA VERBAL
- FORMA ESCRITA
- PRENSA ESCRITA
- CARTELERA
- PERIFONAJE
- VOLANTES

- VIDEOS
- PAPELOGRAFÍA
- AUTOPARLANTE
- ENCUESTA PERSONAL EXTERNO**

1. Especifique qué área/s utiliza con mayor frecuencia para sus chequeos médicos?

- GINECOLOGÍA
- PEDIATRÍA
- TRAUMATOLOGÍA
- CARDIOLOGÍA
- LABORATORIO
- RESPIRATORIA
- OFTALMOLOGÍA
- PSICOLOGÍA
- UROLOGÍA
- ODONTOLOGÍA

2. ¿Cómo califica usted la atención brindada por los funcionarios del IESS?

- BUENA
- MUY BUENA
- REGULAR

3. ¿Cree usted que el IESS realiza una correcta comunicación, de los servicios y actividades a realizarse? Elija las siguientes opciones.

- BUENA COMUNICACIÓN

- MALA COMUNICACIÓN
- POCA COMUNICACIÓN
- PÉSIMA COMUNICACIÓN
- NO EXISTE COMUNICACIÓN
- MUY BUENA COMUNICACIÓN

4. ¿Cree usted que se debería aumentar la comunicación desde el Hospital del IESS hacia los afiliados?

- SI
- NO

5. ¿Considera usted que se debería replantear los procesos de atención y comunicación establecidos en el Hospital del IESS? Elija según su criterio.

- DE ACUERDO
- POCO DE ACUERDO
- MEDIANAMENTE DE ACUERDO
- MUY DE ACUERDO
- POCO DE ACUERDO
- NO DE ACUERDO

Anexo 3

GUIÓN RADIOFÓNICO

**AVISO DEL HOSPITAL
DEL IESS DE LA CIUDAD DE
MILAGRO**

EMISIÓN: RADIO LA VOZ DE MILAGRO
FECHA: Noviembre 2011
HORARIO: Matutino
LOCUCIÓN: Norma Varela Mora

CONTROL:.....FONDO MUSICAL "2"

LOCUTORA:..... El Hospital del IESS de la ciudad de Milagro, pone a disposición a las afiliadas y jubiladas, acercarse a la Unidad de Ginecología y RX General, para la evaluación y examen de riesgo de osteoporosis.

Los médicos especialistas diagnosticarán y en caso de ser necesario, se les dará el tratamiento indicado con el gran stock de medicina, para prevenir y controlar sus riesgos a futuro..... (27")

CONTROL:.....FONDO MUSICAL "8"

Tríptico

Cada área de este flamante hospital constituye el cimiento de un sueño hecho realidad y la fortaleza del mañana.

Cirugía Laparoscópica en la Ciudad de Milagro

La laparoscopia ha cambiado no solo el aspecto técnico de la cirugía, sino también el cognoscitivo.

Los cirujanos pensamos ahora con términos de mínimo acceso, habilidades quirúrgicas e instrumentos y equipos con tecnología de punta.

Dr. Jorge García López
DIRECTOR DEL HOSPITAL

Dr. Carlos Solís Beltrán
DIRECTOR TÉCNICO

IESS

EL IESS tiene la misión de proteger a la población urbana y rural, con relación de dependencia laboral o sin ella, contra las contingencias, de enfermedad, maternidad, riesgos del trabajo, discapacidad, cesantía, invalidez, vejez y muerte en los términos que consagran esta ley.

Ley de Seguridad Social
Art.17

Estrategia de Gestión en la Comunicación del hospital del IESS-Milagro

Call Center 24 horas

Para aperturar historia clínica y cita médica llamar al

1800-100-100

140 ó 111

Si desea asistencia médica telefónica llamar al 161



HOSPITAL IESS MILAGRO

"Dr. Federico Bolaños Moreira"



En un ayer nacieron como ideales, hoy con la ayuda de todos y cada uno de nosotros es una realidad al entregar bienestar al paciente.

**Buen trato - respeto
esmero y amabilidad**

**INFORMATIVO
A LOS AFILIADOS
OCTUBRE
2011**

EL CAMBIO AVANZA SEGURO

SUBSIDIO

¿Qué es?

Es la prestación económica que el IESS otorga a los afiliados con derecho, cuando la enfermedad imposibilita al afiliado de acudir a su trabajo por más de 3 días (régimen de Trabajo).

¿En qué situación se otorga?

- ◆ Enfermedad General
- ◆ Maternidad
- ◆ Accidentes de trabajos
- ◆ Enfermedad Profesional

Atención Médica en casos de emergencia.

¿Qué es una emergencia?

Estados patológicos de manifestación graves y accidentes que requieran atención médica inmediata, que al no ser atendidos ponen en peligro la vida o dejan secuelas que afectan su integridad funcional u orgánica.

Requisitos para la atención.

Presentar cédula de ciudadanía del afiliado en la Unidad de Salud de Convenio.
Unidad de Salud de Convenio.
Contactarse con el Administrador encargado del Seguro General. El comprobará la historia laboral.

SERVICIO QUE OFRECE EL HOSPITAL

CONSULTA EXTERNA ESPECIALIDADES

- ◆ Pediatría y Vacunación
- ◆ Medicina Física
- ◆ Unidad de Ginecología
- ◆ Otorrinolaringología
- ◆ Medicina Interna
- ◆ Oftalmología
- ◆ Cardiología –Neurología
- ◆ Neumología
- ◆ Salud Mental, Psicología Clínica
- ◆ Traumatología
- ◆ Urología
- ◆ Admisión (Medicina General)
- ◆ Gastroenterología

SERVICIOS DE 24 HORAS

- ◆ Hospitalización especialidades quirúrgicas, medicina interna
- ◆ Cirugía y postoperatorio.
- ◆ Unidad de cuidados intensivos.
- ◆ Emergencia y observación de Especialidades.

REQUISITOS QUE DEBE PRESENTAR EL AFILIADO PARA RECIBIR LA ATENCIÓN MÉDICA

Afiliados Activos

Cédula Original y copia

Hijos de los Afiliados Activos:

Cédula Original y copia de hijo de quien lo representa (madre o padre afiliado).

JUBILADO

Cédula Original y copia

Carnet de Jubilación.

MONTEPIO

Cédula Original y copia

Carnet de Montepío

SEGURO VOLUNTARIO

Cédula Original y copia

Recibo de pago de estar al día.

SEGURO SOCIAL CAMPESINO

Cédula Original y copia

Carnet de Seguro Social Campesino.

Interconsulta del dispensario de la comuna.

Recibo de Pago de estar al día.

Anexo 5



Entrada principal del Hospital IESS-Milagro



Entrega del oficio Lic. Aurora Peña Secretaria Dirección
Para la autorización del desarrollo de este proyecto



Dr. Carlos Solís Beltrán
Director Técnico del IESS

Lic. Gabriela Vásquez.
Enfermera profesional



Encuesta realizada al Ing. Ramón Bazurto Corella
Jefe Dpto, Servicios Generales.



Encuesta a los afiliados que esperan atención médica.



Encuesta realizada al personal de enfermería



Revisión de pacientes, para atención a la Sala de emergencia



Recibiendo datos del Departamento de Admisión y Estadística.



Paciente que recibió atención, en el área de rehabilitación.



Paciente recibiendo terapia respiratoria.



Recibiendo información de cuantas cirugías diarias se realizan a los afiliados y jubilados..

DEMO EN CD DEL GUIÓN RADIOFÓNICO