

Noviembre 2019 - ISSN: 1696-8352

## **ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA, PARA EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN LA CLÍNICA MEDINA DE GUAYAQUIL**

**Autoras: Signey Karolina Dávila Cedeño**

Egresada de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Actividad laboral actual. - redactora, community manager en EDIFUTBOL S.A.  
Karolinadavila\_12@hotmail.com

**Ingrid Stefania González Menoscal**

Egresada de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Estefania48\_41@hotmail.com

**Tutora: Lcda. Diana Almeida Aguilera, Msc.**

Docente de Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
dalmeidaa@ulvr.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Signey Karolina Dávila Cedeño, Ingrid Stefania González Menoscal y Diana Almeida Aguilera (2019): "Análisis de la influencia de la comunicación interna, para el desarrollo de las relaciones públicas en la Clínica Medina de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana (noviembre 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/11/desarrollo-relaciones-publicas.html>

### **RESUMEN**

El proyecto de investigación se orienta hacia el análisis de la influencia de la Comunicación Interna, para el desarrollo de las Relaciones Públicas en la Clínica Medina de Guayaquil, y su impacto en el personal que labora, para ello se abordó desde un enfoque cuali-cuantitativa en un ambiente de campo, donde el personal interno y externo dieron sus opiniones y perspectivas respecto al funcionamiento de la comunicación interna, se aplicaron entrevistas al Director del lugar y a diferentes profesionales del área de comunicación tanto nacionales como internacionales y encuestas a pacientes y al personal que labora en la entidad.

Uno de los objetivos principales es buscar cubrir las necesidades de información y las falencias en los procesos de comunicación con el público interno de Clínica Medina.

pág. 1

**Autoras:** Signey Karolina Dávila Cedeño, Egresada de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Actividad laboral actual. - redactora, community manager en EDIFUTBOL S.A. Telf.: 04-6013114  
Karolinadavila\_12@hotmail.com  
Ingrid Stefania González Menoscal, Egresada de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil  
Estefania48\_41@hotmail.com

Por último, se resalta la necesidad de constituir un adecuado departamento de Relaciones Públicas dentro de esta institución, a fines de determinar estrategias comunicacionales que permitan mejorar su identidad corporativa.

**Palabras claves:** Comunicación – Intranet – Relaciones – Problemática - Estrategias.

## **ABSTRACT**

The research project is oriented towards the analysis of the influence of Internal Communication, for the development of Public Relations in the Medina Clinic of Guayaquil, and its impact on the staff that works, for this was approached from a qualitative-quantitative approach in a field environment, where the internal and external staff gave their opinions and perspectives regarding the functioning of the internal communication, interviews were applied to the Director of the place and to different professionals of the area of national and international communication and surveys to patients and staff who works in the entity. One of the main objectives is to cover the information needs and the shortcomings in communication processes with the internal public of Clínica Medina. Finally, the need to establish an adequate Public Relations department within this institution is highlighted, in order to determine communication strategies that allow improving their corporate identity.

**Keywords:** Communication – Intranet – Relations – Problematic - Strategies.

## **INTRODUCCIÓN**

Esta investigación tiene como objetivo principal analizar la influencia de la comunicación interna, para el desarrollo de las Relaciones Públicas en la Clínica Medina de Guayaquil, se pretende mostrar la importancia de mantener una buena comunicación interna entre colaboradores de una institución y determinar nuevas herramientas comunicativas.

En el primer capítulo se plantean las dudas y el ¿Por qué de la investigación? con el fin de sistematizar y formular el tema, una vez determinado se propone como objetivo general Analizar la influencia de la comunicación interna para el desarrollo de las Relaciones Públicas

en la entidad, con esto se detallan los objetivos específicos para cumplir la idea a defender y conocer las posibles soluciones del mismo.

Con la finalidad de sustentar la investigación, en el capítulo II se presentan los antecedentes, datos referenciales, bibliográficos y bases legales determinadas en la nueva Constitución de la República del Ecuador del 2008, se establece en la sección tercera, la forma efectiva de Comunicación e información, tanto radiales, televisivos y escritos, aquellas que se encuentran relacionados con el tema a investigar.

Estos parámetros permiten conocer y establecer ¿De qué manera influye la comunicación interna?, de esta forma se busca dar a conocer la manera eficaz y correcta en el instante que la información debe ser transmitida.

El tercer capítulo explica los procedimientos metodológicos llevados a cabo para conformar la información que permitiera responder los objetivos planteados inicialmente, el procesamiento de datos y la presentación de la información cuali-cuantitativa. Las conclusiones y recomendaciones finales.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

La investigación se dirige específicamente para alcanzar nuevos conocimientos, resultados y soluciones a la problemática, por ello para realizar el estudio de la comunicación interna de la Clínica Medina, se utilizará la investigación descriptiva, aplicada y de campo, con el propósito de obtener información a través de encuestas y entrevistas que permitan brindar un valor agregado al proyecto.

En el siguiente estudio se podrá apreciar cuáles son los efectos que se producen al gestionar la comunicación interna y cómo se desarrolla.

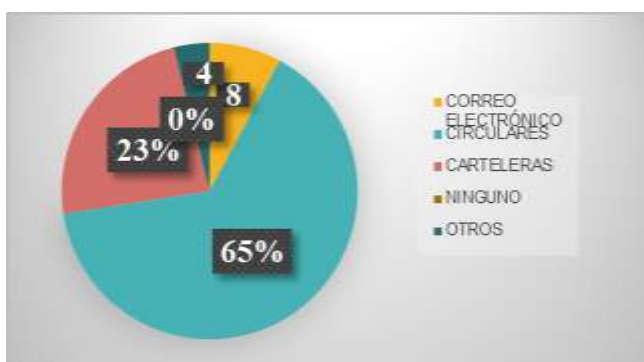
Para elaborar el análisis de la influencia de la Comunicación Interna, para el desarrollo de las Relaciones Públicas en la Clínica Medina de Guayaquil, se aplicarán los tipos de investigación antes expuestos, la observación y evaluación de los hechos relacionados con la comunicación que se justifica en los siguientes medios:

**Encuestas:** Se aplicarán al público externo e interno de la entidad, las mismas sustentarán los datos e información eficaz al estudio de la comunicación interna.

**Entrevistas:** Las entrevistas se desarrollarán a especialistas en comunicación interna, relacionistas públicos y a la persona encargada de la dirección de la Clínica Medina, las cuales aportarán veracidad a este estudio, con fines a una mejor exposición en los procesos de comunicación interna.

## RESULTADOS

En la investigación se tabularon varios datos a partir de las encuestas realizadas, de los cuales se muestran una selección de los más significativos.



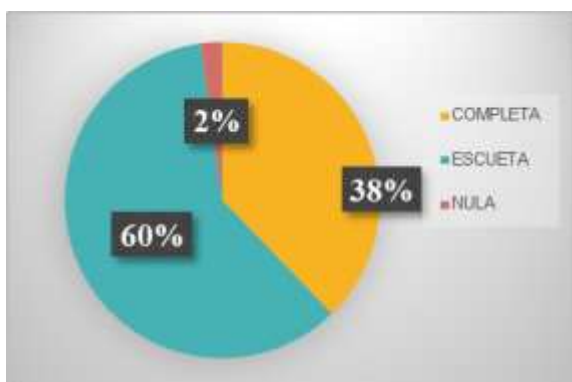
*Figura N° 1 ¿Qué medio u herramientas utiliza la empresa para comunicar a su personal sobre eventos, reuniones u otras actividades?*

Al evaluar las herramientas que utiliza la empresa para comunicarse con su público interno, el 65% de los colaboradores señaló que recibe información a través de circulares, mientras el 23% indicó que es receptada a través de carteleras, y una minoría del 8% lo recibe por medio del correo electrónico, seguido del 4% por otros medios, por lo que la apreciación en este resultado, es que la institución de salud aún mantiene métodos antiguos para comunicarse con el personal.



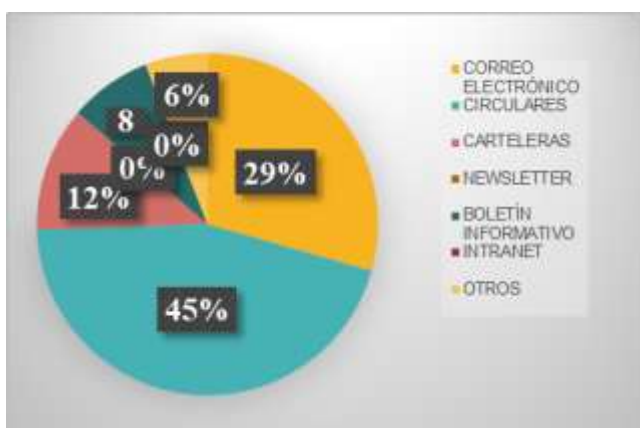
*Figura N° 2 ¿Con qué frecuencia recibe usted información a través de estos medios?*

De los 45 colaboradores de la Clínica Medina, un 9% afirmó que siempre recibe información a través de los medios que fueron expuestos en la pregunta #2, el 18% frecuentemente, un 36% algunas veces, mientras que el 15% afirma ser informado ocasionalmente, por lo que refleja que mediante diferentes vías existe comunicación, la misma que no es constante.



*Figura N° 3 La información que recibe a través de estos medios de parte de la institución es:*

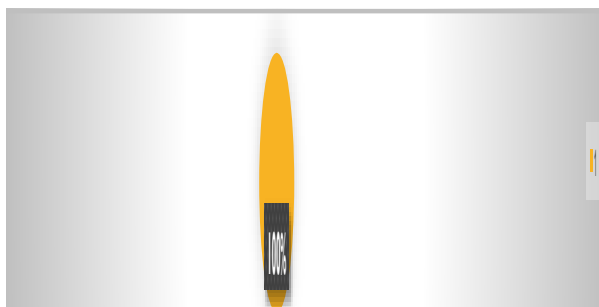
Observando los resultados de la encuesta aplicada, el 60% de los colaboradores indicó que la información que recibe por parte de la entidad es escueta; el 38% completa, mientras que 2% nula, por lo que se observa que existe un problema al momento de transmitir la información al público interno con los métodos de comunicación que se aplica.



*Figura N° 4 ¿A través de qué canal le gustaría recibir información?*

Al evaluar las encuestas realizadas a los colaboradores de la Clínica Medina, y de esta manera conocer mediante qué medios de comunicación les gustaría recibir la información de la empresa; el 45% señaló que, a través de circulares, por lo que les gustaría mantener este método comunicacional. El 29% le gustaría se implemente la vía virtual a través del correo electrónico; mientras que por otro lado con un 12% las carteleras, 8% boletines informativos, el

6% desearían otra forma de comunicación, y, por último; no desearían que se implemente el newsletter e intranet.



*Figura N° 5 ¿Cree usted que, si se implementa el departamento de relaciones públicas, la comunicación interna tendría una mejor coordinación dentro de la organización?*

Observando los resultados, se puede comprobar que el 92% de los encuestados está de acuerdo que en la Clínica Medina se implemente el departamento de Relaciones Públicas, para que de esta manera la comunicación interna se desarrolle efectivamente para mantener una organización. Por otro lado, solo el 8% no está de acuerdo en la mencionada gestión.

## **DISCUSIÓN**

En el Ecuador la comunicación institucional interna, se ha convertido en una parte indispensable para fortalecer y desarrollar una empresa, permitiendo potenciar y tener una visibilidad de lo que se quiere obtener.

Por ello, se pretende mostrar la importancia de mantener una buena comunicación interna entre colaboradores de una institución, porque si bien es cierto, esto permite intercambiar ideas, conocimientos y sugerencias, siendo el único método para una serie de herramientas que accede ser un vínculo de unos y otros y permanecer informados de las eventualidades, sea de manera verbal o escrita.

En la actualidad, existen campañas de información en las redes sociales donde se da a conocer el avance y la acogida de una empresa, siendo fuente de información que en muchas ocasiones no son bien utilizadas, haciendo que a los cibernautas no les impacte dicho acontecimiento.

La calidad de Comunicación Interna debe mejorar, para así poder transmitir la identidad de la empresa a los trabajadores y al público consumidor, por ello, es necesario tener claro los conceptos básicos de la profesión, sobre todo considerar el alcance que tendría este proceso de comunicación, con las nuevas estrategias que se establecen, las mismas que deberán ser aplicadas de forma correcta para el buen funcionamiento de la institución.

## **CONCLUSIONES**

A partir de los resultados alcanzados, se puede evaluar que los mismos responden al planteamiento del problema y la justificación de esta investigación, aquellos que fomentarán los objetivos anteriormente expuestos.

1. De acuerdo a la investigación efectuada en este proyecto, se llegó a sistematizar a la comunicación interna como al método de información donde dos o más personas intercambian, comparten ideas o sentimientos de la empresa, siendo la esencia y fuerza que domina dentro de la organización, ya que es la encargada de integrar a los miembros de la empresa.

Se toma en cuenta que toda organización social tiene su propia comunicación interna que la identifica, que va a depender a las características que presente en cuanto a su imagen (formal e informal), donde se aplican métodos de comunicación como el intranet; carteleras, correos electrónicos, el teléfono, la comunicación personal, entre otros, que ocasiona un impacto importante en la retroalimentación de los directivos con el personal que labora en la institución.

2. Las principales herramientas que la Clínica Medina Norte de Guayaquil utiliza para comunicarse con su público interno, son las circulares y carteleras, ya que considera que, aplicando este método, la información llega a manos de todos los colaboradores, aquello que no ocurre al momento de usar la tecnología y esto porque la gran parte de los trabajadores no tienen acceso a un computador y ocasiona una dificultad.
3. Después de llevar a cabo las encuestas al personal que labora en Clínica Medina, se determinó que existen grupos de trabajadores los cuales conocen muy poco sobre las vías de comunicación que son implementadas dentro de la institución, las mismas que son calificadas como regulares, y al momento de ser utilizadas para emitir la

información, estas no funcionan de manera correcta lo que ocasiona malestar y rechazo a lo que se indica.

4. Se puede determinar que el nivel de efectividad de los canales de comunicación interna implementados por la casa de salud, es medio, ya que el 40% de los encuestados afirmó que recibe información frecuentemente; sin embargo, la misma es escueta; además el hecho de que el canal utilizado sea circulares limita que la información llegue en tiempo real y a todos los integrantes de la institución. En cuanto al público externo, estos señalan que la información receptada es básica (solo lo necesario), es por ello que la consideran entre buena y regular, esto refleja la falta de información otorgada por la empresa lo que genera el desinterés de las personas al recibirla.
5. La utilidad de la comunicación interna tiene como finalidad la conciliación de la cultura empresarial, la misma que debe ser identificada si esta funciona de manera consciente e inconsciente, permitiendo a los grupos conocer más de los rasgos culturales que conforman a la institución. Además, esto va a depender de la imagen corporativa que deseen brindar los directivos actualmente, es ahí donde deben dejar atrás los medios tradicionales y enfocarse en los métodos que existen en la actualidad, es decir se necesita trabajar de manera más colaborativa, elaborar proyectos de innovación y aplicar la tecnología.
6. Las redes sociales deben ser parte de la comunicación de una institución con el fin de dar a conocer las últimas novedades en menos tiempo, en el caso de Clínica Medina, se debe mantener la retroalimentación en situaciones específicas, a través de las plataformas digitales, pues al tratarse de temas de salud, se debe mantener el protocolo médico. El intranet que está llevado de la mano con correos institucionales es la vía donde actualmente la empresa debe transmitir la información, pero sobre todo la interacción verbal que debe existir entre el líder y los empleados, es el mejor recurso para que exista una buena comunicación interna, además de existir un filtro que se encargue de manifestar los errores que existen en cada una de las áreas; en este caso es el relacionista público y de esta manera reaccionar más rápido ante crisis internas.



## BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

(2000).

2006. (s.f.).

Batalla, P. &. ( 2016).

Bernays. (1990). *Introducción a las relaciones públicas*. Editorial UOC.

Brond. (s.f.).

Castells. (2009).

Castells. (15 de Septiembre de 2017). 87.

Castells. (s.f.). Comunicar. pág. 87.

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.

Cristancho, F. (2013). *Clima Organizacional, La importancia de la comunicación interna de las organizaciones*. Guayaquil.

Cutlip, C. y. (2001).

Cutlip, S., Broom, G., & Center, A. (2001). *Relaciones públicas eficaces*. España: Gestión 2000.

Desantes. (1986). *Diferencias entre publicidad, propaganda y relaciones públicas*. Editorial UOC.

Enz, A. (2006). *Manual de comunicación para organizaciones sociales. Hacia una gestión estratégica y participativa*. Comunica.

García. ( (2007) ).

González, R. M. (2001). *Marketing Siglo XXI 5 Edición*. Madrid: CEF.

Grunig. (2000).

Grunig y Hunt, .: (2000).

Hinojosa, G. (2014). *Periodismo y propaganda en el Perú. Una relación compleja durante los procesos electorales*. Obtenido de Periodismo y propaganda en el Perú. Una relación compleja durante los procesos electorales: <https://es.scribd.com/document/377925800/2-Periodismo-Propaganda>

Lattimore, B. T. (2010). *Relaciones Públicas Profesión y Prácticas*. Guayaquil: Editoriales.

Lattimore, D., Basin, O., Heiman, S. T., & Toth, E. L. (2008). Relaciones Públicas profesión y práctica. En D. Lattimore, O. Basin, S. T. Heiman, & E. L. Toth, *Relaciones Públicas profesión y práctica* (pág. 5). México D.F. México: McGraw-Hill Interamericana.

Merlano. (2012).

Merlano Medrano, S. (Marzo de 2012). *La comunicación interna en las organizaciones, en contribuciones a la Economía*. Madrid: [www.eumed.net/ce/2012/](http://www.eumed.net/ce/2012/). Obtenido de Eumed.net: [www.eumed.net/ce/2012/](http://www.eumed.net/ce/2012/)

Pavlike. (1982). *Las Relaciones Públicas en la Comunicación Interna de la Banca Española*.

Pérez, J., & Gardey, A. (2017). *Definición de bidireccional*. Obtenido de <https://definicion.de/bidireccional/>

Razón y Palabra. (2001). [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx). Obtenido de [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx): [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx)

Roiz. (1996).

S.L., V. (2008).

Según Angélica Enz, R. F. (2006).

Ucha, F. (Noviembre de 2008). *Definicion ABC*. Obtenido de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/estrategia.php>

Vásquez. (2010).

Vega. (2006).