



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA
EN LA ATENCIÓN DE LOS USUARIOS DEL HOSPITAL
JOSÉ GARCÉS RODRÍGUEZ, AÑO 2010 - 2011”**

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTOR:

EMILIO ARMANDO ZAMORA REYES

ASESORA:

LIC. MARÍA DEL PILAR DE LA CRUZ TIGRERO

LA LIBERTAD – ECUADOR
JUNIO / 2011

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación lo dedico con mucho cariño a Dios, a mi esposa, mis hijos, a mis padres, a mis hermanos, quienes brindaron su apoyo y comprensión, para la culminación de este trabajo, meta que me he propuesto en una etapa importante de mi vida estudiantil.

Además va dedicado para aquellos que no creían y se opusieron al desarrollo del mismo.

Emilio Armando Zamora Reyes

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios, porque sin Él ninguna de las cosas propuestas se realizarían, al Director de la Carrera Licenciado Milton González Santos por ser ejemplo de empuje durante la preparación académica en estos cuatro años, a la Licenciada María De La Cruz Tigrero, quien se mantuvo vigilante de que se realizara de la mejor manera este trabajo y a quienes colaboraron de manera silenciosa. A mi madre querida, tú fuiste mi inspiración para continuar, aun cuando quería desfallecer, gracias madre, mil gracias.

CERTIFICACIÓN

**LICENCIADA MARIA DE LA CRUZ TIGRERO
ASESORA DE TESIS**

CERTIFICA:

Haber dirigido y revisado con seriedad de manera profesional y técnica la presente Tesis de Grado en Ciencias de Comunicación Social cuyo tema es **“El clima organizacional y su incidencia en la atención de los usuarios del hospital José Garcés Rodríguez, año 2010-2011”**, el mismo que cumple con los requisitos básicos y científicos, para ser sometido a la evaluación del jurado examinador que el Honorable Consejo Directivo designe.

La Libertad, junio del 2011

Atentamente.

Lic. María De La Cruz Tigreiro

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
CERTIFICACIÓN	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
LISTA DE ANEXOS	v
ÍNDICE DE CUADROS Y GRÁFICOS	vi
RESUMEN	vii
INTRODUCCIÓN	1
TEMA	5
ANTECEDENTES	6
EL PROBLEMA	7
Planteamiento del problema	7
Ubicación del problema en su contexto	7
Situación conflicto	11
CAUSAS DEL PROBLEMA	12
DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA	14
Delimitación espacial y temporal	14
Delimitación espacial	14
Delimitación temporal	15
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
OBJETIVOS	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
JUSTIFICACIÓN	16
HIPÓTESIS	17
OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	17
MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	18
CAPITULO I	
MARCO TEÓRICO	
1. MARCO REFERENCIAL	
1.1. Hospital José Garcés Rodríguez	22
1.2. Historicidad de Salinas	22
1.3. Registro Oficial	24
1.4. División Política	24

1.5. Límites	25
1.6. Extensión	25
1.7. Población	26
2. MARCO CIENTÍFICO	
2.1. El clima organizacional	27
2.2. Concepto de clima organizacional	27
2.3. Importancia del clima organizacional	28
2.4. Elementos del clima organizacional	28
2.5. Factores del clima organizacional	29
2.6. ¿Qué es percepción?	30
2.7. La percepción social	31
2.8. Percepción visual	32
2.9. La atención	33
2.10. Atención a usuarios	34
2.11. El servicio	35
2.12. El servicio a los usuarios	36
2.13. Objetivos de un buen servicio	37
2.14. Consecuencias de un servicio deficiente y pasos a seguir	39
2.15. La percepción y su influencia en la imagen de una institución	40
2.16. La importancia de la comunicación organizacional	42
2.16.1. Retos del profesional de la comunicación organizacional	43
2.16.2. Comunicación organizacional y nuevas tecnologías	44
2.17. Imagen	45
2.18. Imagen corporativa	46
3. MARCO CONCEPTUAL	
3.1. Clima	47
3.2. Organización	47
3.3. Clima organizacional	47
3.4. Atención	48
3.5. Usuarios	48
3.6. Atención a los usuarios	48
3.7. Estructura	49
3.8. Responsabilidad	49
3.9. Recompensa	49
3.10. Desafío	49
3.11. Relaciones	50
4. MARCO LEGAL	
Constitución de la República del Ecuador. Artículo 52	51
Constitución de la República del Ecuador. Artículo 53	51
Constitución de la República del Ecuador. Artículo 54	52
Constitución de la República del Ecuador. Artículo 55	52
Conclusión	52

CAPITULO II METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	53
Modalidad de la investigación	53
Tipo de investigación	53
Por el propósito	53
Por el nivel de estudio	54
Por el lugar	54
Población y muestra	54
Población	54
Muestra	54
Instrumentos de la investigación	56
Procedimientos de la investigación	56
Recolección de la información	57
	56

CAPÍTULO III ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	58
Cronograma de actividades para el levantamiento de la información	58
Resultados	74
Conclusiones y recomendaciones	75

CAPITULO IV LA PROPUESTA

TÍTULO	76
Justificación	76
Diagnóstico	77
Fundamentación teórica de la propuesta	78
Sociológica	79
Legal	79
OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	80
Objetivo General	80
Objetivos Específicos	81
FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA	81
Financiera	81
Legal	82
Técnica	82
De Recursos Humanos	83
Política	84
DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	84
Nómina de las radios participantes	85
Actividades previas	85
Objetivos de las actividades	86

Impacto

87

BIBLIOGRAFÍA

85

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1.	Pág.
Instrumento de investigación, cuestionario de encuesta.....	89

Índice de cuadros y gráficos

Cuadro y gráfico N.	Pág.
1.- Misión y Visión.....	59
2.- Organigrama.....	60
3.- Servicios que presta el hospital.....	61
4.- Atención que recibe del Hospital.....	62
5- Ambiente de trabajo.....	63
6.- Coordinación del personal.....	64
7.- Instancias a las que acude en caso de insatisfacción.....	65
8.- Deberes y Derechos.....	66
9.- Estructura física del Hospital.....	67
10.- Valores del Personal.....	68
11.- Tiempo de espera.....	69
12.- Tiempo de la atención.....	70
13.- Conocimientos acerca del Call Center.....	71
14.- Beneficios del Call Center.....	72
15.- Aplicación del sistema Call Center.....	73

RESUMEN

El presente trabajo tiene la finalidad de aplicar una serie de estrategias y técnicas de comunicación organizacional para mejorar la atención que requieren los usuarios que acuden al Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas, durante el periodo 2010 - 2011, la importancia de la investigación radica en el mejoramiento continuo del personal que labora en la institución a efecto de brindar un servicio adecuado, de calidad y calidez como lo estima la nueva Constitución. Para alcanzar estos objetivos se llevó a cabo una investigación cualitativa, de campo en sus niveles descriptivos y explicativos, los cuales se desarrollan en cuatro momentos con sus respectivos elementos, el problema, marco teórico, metodología, análisis y discusión de los resultados, estrategias de cambio. El marco teórico comprende los conceptos, presupuesto teórico y otros elementos, la concepción científica obtenida, me sirvió para articular la hipótesis, con sus respectivas variables a fin de posibilitar un estudio que beneficie la comunicación organizacional dentro de mencionado hospital. La metodología explica el modelo aplicado, a la población o universo seleccionado, haciendo una exposición de los instrumentos seleccionados haciendo recolección de datos se utilizó la técnica de encuestas aplicada a los usuarios que acuden al hospital, muestra que me permitió realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados. El análisis y discusión de los resultados se exponen a través de cuadros y gráficos y sus comprobaciones, interpretaciones, conclusiones y recomendaciones. Los resultados de la investigación concluyen una campaña de difusión para el mejoramiento de los servicios públicos de la provincia de Santa Elena, **“Una buena atención, ganamos todos..!!!”**. Los beneficiados serán: Los usuarios, los empleados, el hospital y público en general, quienes podrán observar como el Hospital José Garcés Rodríguez, se posesiona en el mercado, gracias al mejoramiento continuo de todo el personal.

Descriptor: Clima Organizacional, atención a los usuarios, servicios.

INTRODUCCIÓN

El clima organizacional muestra un cierto nivel positivo o negativo en las interacciones, de seguridad o inseguridad para expresar los sentimientos o hablar sobre las preocupaciones, de respeto o falta de respeto en la comunicación entre los miembros de la organización.

Clima organizacional implica tratar un grupo de componentes que ofrece una visión amplia de la organización. Estos componentes son: El Ambiente físico: comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.

- *Características estructurales: como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, entre otros.*

- *Ambiente social: que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.*

- *Características personales: como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas.*

- *Comportamiento organizacional: compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros*

Esta dinámica de grupo es el eje fundamental, es la base en todo proceso de desarrollo en las instituciones en un mundo cambiante y globalizado que permitan afrontar situaciones permanentes de cambio. En todo proceso organizacional, que permita transformar el capital humano en talento humano construir los procesos democráticos desde la reflexión individual y colectiva, por tanto, la atención al usuario y el buen trato

*como herramienta estratégica es de vital importancia, que implica un cambio que trasciende en la vida institucional.*¹

El presente trabajo tiene por finalidad identificar una serie de estrategias de orientación hacia la atención de los usuarios y buen trato para mejorar la imagen corporativa del “Hospital José Garcés Rodríguez”.

Para alcanzar estos objetivos propuestos lleve a cabo una investigación cuali-cuantitativa, de campo - acción en sus niveles descriptivos y explicativos, los cuales se desarrollaron con sus respectivos elementos constitutivos. El problema, el marco teórico, metodología, análisis-discusión de los resultados y las estrategias de cambio.

El presente trabajo brinda una información teórica práctica, para diseñar un trabajo de comunicación, para difundir los deberes y obligaciones que tienen tanto los usuarios como los trabajadores del hospital

En la primera parte referente al **problema** se explica de manera detallada el origen de este, la selección y el planteamiento del mismo, seguidamente se lo formula sistematizado, detalle de la justificación y factibilidad, para luego de plantear varias interrogantes, que me permitió exponer los objetivos de la presente investigación.

El universo para esta investigación lo constituyen los usuarios del hospital “José Garcés Rodríguez”, considerando las unidades de análisis desde el estado situacional hasta plantear las estrategias de cambio.

El primer capítulo, **marco teórico** se fundamenta la teoría del problema con una serie de definiciones conceptuales de acreditados autores hasta llegar a formular una posición teórica personal, asumí los conceptos: el clima organizacional, atención a los usuarios que comprenden; estructura,

¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Clima_organizacional

responsabilidad, recompensa, desafío, relaciones, cooperación, estándares, conflicto, identidad. La concepción científica obtenida, me sirvió para articular adecuadamente la hipótesis con sus respectivas variables a fin de posibilitar un estudio claro y coherente que beneficie la atención de los usuarios.

En el segundo capítulo, se anota la **metodología** en la que se explica en forma detallada el modelo metodológico aplicado, la población o universo poblacional seleccionado, haciendo una exposición de los instrumentos y su procedimiento operativo.

En la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta aplicada a los usuarios; muestra que me permitió recoger información, de manera paralela la fui sistematizando a fin de realizar el respectivo análisis e interpretación de resultados.

La presente investigación tiene dos variables específicas: el Clima Organizacional y La Atención de los Usuarios, alrededor de las cuales se realizaron las interrogantes respectivas. Estas fueron aplicadas a los usuarios del Hospital “José Garcés Rodríguez”.

En el capítulo tres, **análisis y discusión de resultados** expongo los resultados obtenidos a través de cuadros y gráficos y sus correspondientes interpretaciones, conclusiones y recomendaciones de manera resumida, se da cuenta de los principales hechos y acontecimientos obtenidos a través de la aplicación de los distintos instrumentos en relación al marco teórico planteado, terminando este capítulo con las conclusiones y recomendaciones.

Esta investigación no solo pretende llegar a las conclusiones y recomendaciones, sino al de formular una propuesta de cambio después del análisis hecho sobre la base de los resultados obtenidos de forma global que la presento como una campaña de difusión para el

mejoramiento de los servicios públicos de la provincia de Santa Elena, **“Una buena atención, ganamos todos..!!!”**, donde detallo las estrategias de cambio consideradas prioritarias para el uso de la comunicación en la mejora de la imagen corporativa.

En el capítulo cuarto; desarrollo la **propuesta**, denominada campaña de difusión para el mejoramiento de los servicios públicos de la provincia de Santa Elena. **“Una buena atención, ganamos todos..!!!”**, que está diseñada sobre la base de los resultados obtenidos en la investigación con el presente esquema: Título, introducción, justificación, objetivo general, objetivos específicos, factibilidad de la propuesta, (financiera, legal, técnica, de recursos humanos, política), descripción de la propuesta, (actividades a realizarse, objetivos del cuadro de actividades), e impacto.

TEMA

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y SU INCIDENCIA EN LA ATENCIÓN
DE LOS USUARIOS DEL HOSPITAL JOSÉ GARCÉS RODRÍGUEZ,
AÑO 2010 - 2011.**

ANTECEDENTES

¿Quién no se ha encontrado alguna vez realizando una diligencia, que amerita ser atendida en el menor tiempo posible?, ¿Cuántas horas le ha consumido realizar una larga cola, y cuando finalmente llega su turno, recibe una pésima atención?, ¿Cuántas veces se le ha pasado por la mente, nunca más regresar a una institución, en la que le demostraron prioridad a una llamada telefónica personalizada o la atención estuvo más bien dirigida a los mensajes que le llegan a las redes sociales de internet?.

Este caso propaga una gran infinidad de obstáculos, que se le presentan diariamente aquel ciudadano que mantiene esperanza en las instituciones del sector público, que han sido creadas, aparte de brindar un servicio digno, debería existir una excelente atención, eso al parecer queda como una ilusión o un sueño debido a que es poco lo que hace por mejorar.

Por lo que este trabajo ha sido dirigido al área de salud, es así que se tomó al Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas, entidad de la que constantemente se recepta inconformidad, a través de los medios de comunicación social de nuestra Provincia, lo que motivó a realizar en primer lugar, un sondeo de opinión², desde el lugar de los hechos con los protagonistas de la información, me refiero a los usuarios, al público interno y externo de esta casa de salud.

En menos de tres días se reportaron la muerte de cuatro recién nacidos en esta casa de salud, esto aumentó más el interés por realizar una investigación a profundidad para determinar las posibles causas de estos acontecimientos, para ello se realizaron varios reportajes a través de Radio Playera 100.1 F.M., con los padres afectados, posterior a ello, con la Dirección de Salud de Santa Elena y la Dirección del Hospital, donde

² Sondeo de opinión, realizado por Armando Zamora R, reportero de radio Playera 100.1 FM, a los usuarios de este hospital, luego que se registraron casos de neonatos, en el mes de enero del 2011.

acudimos para obtener información y explicación de la mencionada problemática.

Pero en esta investigación es donde nos encontramos con un problema, no de forma, sino de fondo; presentándose la deficiente atención que reciben los usuarios de esta casa de salud, según lo manifiestan en las encuestas realizadas.

Se evidencia momentos caóticos por el trato descortés del personal asistencial así como por parte del personal técnico-estadístico, largas colas para efectuar engorrosos trámites administrativos, así como desorientación del usuario y prolongados tiempos de espera para recibir atención. A esto se suma una tendencia creciente en relación al número de atenciones registradas en los últimos años en este servicio.

Estas apreciaciones presentan a la atención del usuario como un elemento diferenciador, esto significa que las entidades de salud público deben considerar a parte de su orgánico estructural, un orgánico funcional en el cual todos conozcan sus funciones y poder actuar con eficiencia y mejorar la atención de los usuarios en hospital José Garcés Rodríguez que en estos últimos meses, ha sido cuestionada por la opinión pública.

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del problema en su contexto

La presente investigación, busca determinar las posibles causas de inconformidad, expresada por sus usuarios que buscan atención médica en el hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas, siendo una de ellas; la falta de personal que se evidencia en el retraso de la atención a los usuarios; la deficiente infraestructura del hospital, que data desde hace varias décadas; los pagos impuntuales a los empleados, que

desmotiva al personal y con ello la disminución de su rendimiento; en todo caso, el Clima Organizacional, que abarca la infraestructura, la relaciones interpersonales, la comunicación interna y externa, la organización, son factores que no se observan dentro del hospital, como resultado queda la deficiente atención a los usuarios, la misma que se constituye en la principal causa que se refleja a simple vista.

Desarrollo Institucional

Esta casa de salud ha experimentado mayor falencia a raíz del decreto establecido por el Gobierno Nacional, al establecer que la salud sería totalmente gratuita, es allí donde se incrementa el número de sus usuarios.

El problema que afronta el hospital José Garcés Rodríguez, es la deficiente atención que reciben los usuarios de esta casa de salud, pese a los esfuerzos por el cambio que se ha trazado el hospital, como en la capacitación en relaciones humanas de su personal, con respecto al clima organizacional y fortalecer esta debilidad que presenta como es la deficiente atención a los usuarios.

En este contexto, el hospital José Garcés Rodríguez, está obligado a dirigir sus esfuerzos hacia la solución de los problemas existentes, en las diferentes áreas donde brinda servicios de salud. Por otra parte, es necesario superar las dificultades de carácter administrativo que son evidentes exhibir los principios rectores, visión, misión y filosofía, orgánico estructural funcional, entre otros.

Constituyendo una estructura operacional eficiente que permita orientar al personal, y finalmente diseñando un mecanismo de control de todas las actividades de acuerdo con las reglas establecidas, es decir, elaborando una nueva estructura orgánica – funcional, además de establecer campañas de orientación en cuanto a los deberes y derechos que tiene los usuarios a fin de erradicar esta problemática.

Luego de lo expuesto declaro como problema real lo siguiente, el clima organizacional y la deficiente atención al usuario del hospital José Garcés Rodríguez.

Por lo que el presente trabajo busca identificar las falencias que existen dentro del hospital, en la atención que brindan los empleados hacia los usuarios, ya que está plenamente identificado que la provincia de Santa Elena, registra un índice considerable de quejas por el servicio deficiente que se recibe.

Así mismo buscar las mejores propuestas que sean posibles, a efectos de darle un giro de 180°, al concepto que se tiene de ellas y concienciar a quienes tiene la responsabilidad de brindar una buena atención, indudablemente ese fue el objetivo para el cual fueron contratados.

“No se puede pluralizar que son todas, existen pocas que realmente hacen la diferencia, quizás las políticas que rigen allí son aplicadas a cabalidad y los resultados están a la vista o tal vez el éxito radica que el administrador mantiene puntuales los pagos de los empleados o tal vez reciben de forma periódica charlas de mejoramiento continuo en el área de recursos humanos”³, esas son varias de las hipótesis que plantea un miembro de la policía.

Es posible cambiar esa realidad aunque en nuestro país no se ha aplicado un plan que busque mejorar el servicio al usuario, nuestro vecino del sur Perú implementó una excelente campaña que registró buenos resultados, la iniciativa la tuvieron 15 periodistas que mancomunaron esfuerzos buscando establecer un cambio, *“Se amable, brinda siempre una buena atención, así ganamos todos, así se llamará la campaña que indudablemente cambiará los destino de nuestra región y del Perú.”⁴*

Hay quienes consideran que los empleados deben ser motivados de una o de otra manera para que mejoren su rendimiento y ello conllevará de

³ Torres, Wilson, Capitán de policía de la Comisaria de Salinas, en una entrevista realizada por Armando Zamora R, a través de Radio Playera 100.1 FM, el 17 de marzo del 2011.

⁴ Machado Edgar, Periódico Realidades, Piura, Perú.

manera automática una mejora en la función que desempeñan. *“La productividad y la motivación del empleado de una empresa de servicios es la base de la correcta atención a los clientes”*⁵.

Continuamente se debe realizar charlas que pretendan direccionar al servidor público a empoderarse de su cargo y de la institución para la labora, pero el trabajo no queda allí, se debe con frecuencia monitorear los resultados que se obtienen de cada reunión, recientemente el SENRES ha distribuido en sitios estratégicos buzones que se denominan *¿Cómo fuistes atendido?*, los mismos que tienen la misión de receptar las diferentes inconformidades que recibe el usuario por parte de los servidores, de esta manera se evaluará a quienes registren un índice considerable de quejas, la finalidad no es cesar en las funciones del individuo sino más bien ayudarlo a mejorar. *“Escuchar la voz del cliente es tan importante como establecer nuevos criterios estratégicos para la empresa. Al escuchar al cliente la empresa puede mejorar sus servicios, lo que significa que, en cada fase del proceso de entrega de un servicio, debe escucharse al cliente y dar respuestas rápidas”*⁶.

Así mismo en otras dependencias hay dispositivos que permiten a los usuarios calificar, si así se lo puede llamar, con varias opciones entre las que se evidencia, EXCELENTE, MUY BUENO, BUENO Y MEJORABLE, sin embargo no es suficiente, pues no se ven resultados y es penoso llevarse una desagradable experiencia cada vez que se acude a estas instalaciones, veamos la diferencia. *“El servicio aéreo debe ser puntual, tener buena atención en el mostrador, en el servicio abordó y, además, despertar simpatía y ser agradable”*⁷.

Expertos en el tema de atención al usuario determinan que otro de los factores que incide a la misma, radica en el pago impuntual de los sueldos y salarios *“Un elemento esencial para mantener y motivar la fuerza de*

⁵ Marcos, Cobra, *Marketing de Servicio*, pág. 52

⁶ Marcos, cobra, *Marketing de Servicio*, pág. 135

⁷ Marcos, cobra, *Marketing de Servicio*, pág. 135.

trabajo es la compensación adecuada. Los empleados deben recibir sueldos y salarios justos a cambio de su contribución productiva”⁸.

El mismo autor de esta obra estima la importancia que se le tiene que dar al mejoramiento continuo de los empleados, los deseos de superación deben de igual forma recompensados, de una o de otra manera, pues es posible que el empleado tenga como desventaja el no saber cómo brindar una buena atención, pero es posible que tenga otras fortalezas que lo hagan merecedor del cargo que ostenta *“El desafío esencial que enfrenta la sociedad es el mejoramiento continuo de sus organizaciones tanto públicas como privadas”⁹.*

Los departamentos de Relaciones Públicas y Recursos Humanos deben en todo caso trabajar unánimemente para encontrar las estrategias necesarias de manera que los empleados puedan tomar el reto de hacer de su institución la mejor de la Provincia *“Si el departamento de personal tiene planes precisos de recursos humanos, saber cuáles son las necesidades de personal a futuro para la compañía puede convertirse en un instrumento importante para planificar la carrera profesional”¹⁰.*

Es tiempo de convertir a nuestra Provincia en la ejemplar del país, aprovechando esta generación de cambios y de transformación que se prepara arduamente en busca de días mejores.

Situación conflicto del problema.

El problema surge de las falencias detectadas en el hospital José Garcés Rodríguez, donde se evidencia la deficiente atención de sus usuarios, conocemos que el éxito de un sistema de salud depende en gran manera de la calidad del servicio ofrecido por el mismo, percibida, específicamente, por los usuarios.

⁸ WERTHER, William- DAVIS, Keith, *Administración de personal y recursos humanos*, pag.24

⁹ WERTHER, William- DAVIS, Keith, *Administración de personal y recursos humanos*, pag.26

¹⁰ WERTHER, William- DAVIS, Keith, *Administración de personal y recursos humanos*, pág.269.

Para verificar si las necesidades y expectativas están siendo satisfechas, se requiere de la implementación de un protocolo de medición de calidad de servicio y de una base comparativa para dicha evaluación. La falta de un sistema de evaluación de calidad ha dejado en incertidumbre el estado actual, en el que se encuentra el funcionamiento del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas.

Las constantes quejas e inconformidades, que se dejan escuchar por los diversos medios de comunicación social de la Provincia, así lo manifiestan, a pesar de tener capacitaciones para los miembros de esta entidad, no han sido elementos suficiente para mejorar la atención a los usuarios.

Según “A esto se le suma la disposición del Gobierno al decretar que los servicios de salud serían totalmente gratuitos, esto tuvo un efecto negativo, en relación con el gran beneficio que se busca, puesto que causó una demanda de tres a cuatro veces mayor de la normal”¹¹, pese a los esfuerzos de incrementar nuevas tecnologías, los espacios de las infraestructuras ya no están de acorde a la vanguardia, puesto que la construcción de los hospitales sobrepasa las seis a siete décadas por todo lo expuesto declaramos como problema real ¿Cómo incide el clima organizacional en la deficiente atención de los usuarios del hospital José Garcés Rodríguez, del cantón salinas año 2010 - 2011?

CAUSAS DEL PROBLEMA.

Dentro de las diversos factores, que se evidencian en el hospital se destacan;

- La falta de personal que conlleva a la demora en la atención a los usuarios que acuden a esta casa de salud.

¹¹ Granados Fernando, Director Provincial de Salud de Santa Elena, entrevista realizada el 12 de febrero del 2011, aproximadamente a las 10:30 a.m., por radio Playera 100.1 FM, elaborada por Armando Zamora R.

- La deficiencia en la infraestructura del hospital, la construcción del mismo data desde hace varias décadas y es poco lo que se ha hecho por modernizar sus instalaciones, esto se ve reflejado en la escasez de lugares para atender de forma digna, es así que por citar un ejemplo, en el área de espera se puede observar la aglomeración de usuarios que esperan el turno para la consulta, como no existe una adecuada sala de espera, toca muchas veces sentarse en el piso y ver a madres con niños en brazos dando de lactar, ancianos desesperados por recibir atención médica entre otros.
- Pagos impuntuales a los empleados, conocemos que todo obrero es digno de su salario, si no están a tiempo cancelado los sueldos esto tiene como consecuencia la desmotivación del personal.
- Deficiencia en la capacitación continua con temas de relaciones interpersonales, es deber de las entidades del sector público, capacitar constantemente al personal, a efectos de mantenerlos a la vanguardia, tanto en el aspecto tecnológico, como en las relaciones laborales, esto implica además incrementar estrategias para mantener la imagen de la institución, sin esto tendremos como resultado, la disminución en el rendimiento del personal.
- El Clima organizacional se constituye en la principal causa que se refleja a simple vista, puesto que abarca la infraestructura, las relaciones interpersonales, la comunicación interna y externa, la organización, el orgánico funcional, entre otros aspectos , que no se observan dentro del hospital José Garcés Rodríguez, los mismos que desembocan en la deficiente atención a los usuarios.

En la actualidad se evidencia la necesidad de crear una Campaña de difusión para el mejoramiento de los servicios públicos de la provincia de Santa Elena. “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**”, enfocado en

las relaciones humanas, relaciones públicas, comunicación y motivación a efectos de concienciar los beneficios, y deberes que tienen los usuarios del hospital.

DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.



DELIMITACIÓN ESPACIAL Y TEMPORAL.

DELIMITACIÓN ESPACIAL.

- Esta investigación se va a realizar con los usuarios/as que acuden al Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas.

DELIMITACIÓN TEMPORAL.

- El problema va a ser estudiado en el período comprendido entre el diciembre del 2010 a mayo del 2011.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide el clima organizacional en la deficiente atención de los usuarios del hospital José Garcés Rodríguez, del cantón Salinas año 2010 - 2011?

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

- Analizar el clima organizacional y su incidencia en la atención de los usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas, en el período comprendido entre diciembre del 2010 a mayo del 2011.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Describir la percepción de los usuarios/as con respecto al tiempo utilizado para recibir los servicios de salud.
- Describir algunos factores relacionados con la calidad al momento de la atención a los usuarios.
- Identificar las características de la calidez de atención que recibieron los usuarios de acuerdo con su percepción.

- Identificar el grado de satisfacción del usuario con la respuesta obtenida del servicio de salud.

JUSTIFICACIÓN.

La presente investigación busca determinar la percepción sobre la calidad de atención que tienen los usuarios/as y realizar un análisis basado en los resultados, donde el Ministerio de Salud pueda establecer como una prioridad la sistematización de este estudio tomando en cuenta que es una herramienta muy útil para mejorar la calidad de los mismos, tanto desde el punto de vista de su organización y funcionamiento, como un desarrollo integral, que contribuirá significativamente a mejorar la calidad de la oferta en función de los recursos existentes y las necesidades de los usuarios.

La Gerencia de la calidad en las instituciones de salud es un componente importante en el proceso de la modernización del sector salud y el fortalecimiento institucional.

De esta manera conocer cuál es la percepción de los usuarios y mejorar su satisfacción aumentará su motivación en la continuidad de los programas y de esta forma evitar el abandono y rechazo a los servicios que ofrece el Ministerio de Salud.

El estudio deberá ser presentado a las autoridades municipales, Dirección Provincial de Salud, con la finalidad de divulgar, analizar, retroalimentar los resultados y elaborar una propuesta de intervención de mejoría continua en los servicios de salud que ofrece el Hospital José Garcés Rodríguez.

Se pretende que a medida que se mejora la calidad de los servicios de salud se obtendrán resultados positivos, los costos son bajos y los

gerentes se darán cuenta lo valioso que es la herramienta. Al aplicar esta herramienta contribuirá a que se promueva en las unidades de salud, el mejor uso de los recursos disponibles y estar claro de los beneficios que esto conlleva como es el aumento relativo de la capacidad de oferta y por ende de los indicadores de salud.

HIPÓTESIS

Si, el clima organizacional promueve las relaciones interpersonales, entonces mejorará la atención de los usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas durante el año 2010 – 2011.

OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable independiente

Clima organizacional

Variable dependiente

Atención de los usuarios

		directamente o indirectamente por las personas que trabajan en ese ambiente. Estructuras, características organizacionales y sistemas humanos componen un sistema altamente dinámico, el coeficiente organizacional depende del liderazgo, supervisión y dirección.				
--	--	---	--	--	--	--

		experiencias.	Organización		<p>Ninguno</p> <p>¿Sabía usted que a través del call center (vía telefónica) se puede solicitar cita médica?</p> <p>¿Sabía usted que el call center (vía telefónica) reduce el tiempo de espera previa a la consulta?</p> <p>Considera usted que es necesario la aplicación del sistema call center en esta casa de salud</p>	
--	--	---------------	--------------	--	---	--

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1. MARCO REFERENCIAL.

1.1. Hospital José Garcés Rodríguez.

Esta casa de salud está ubicada en el cantón Salinas de la provincia de Santa Elena, en la ciudadela Frank Vargas Pazos, creado el 24 de julio de 1979, con el objetivo firme de brindar atención de salud para el cantón y la provincia.

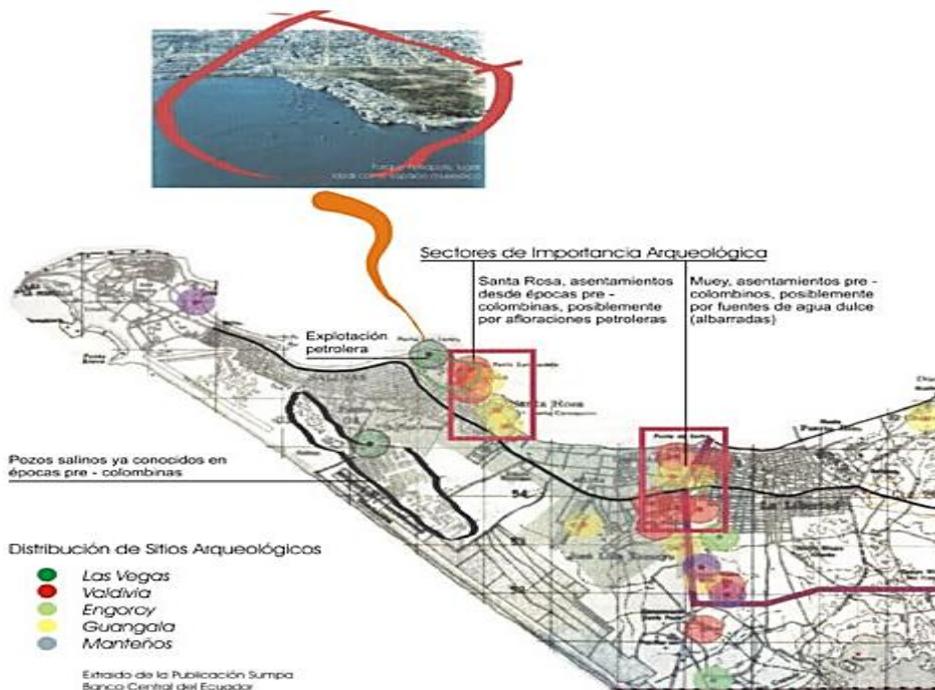
1.2. Historicidad de Salinas

El Cantón nace el 1^{ro} de Enero de 1938, por Decreto Supremo expedido por el entonces Jefe Supremo de la nación Gral. G. Alberto Enríquez Gallo, con fecha 22 de Diciembre de 1937. El nombre que ostenta el Cantón se origina en su inagotable fuente de producción de sal yodada, que por muchos años se ha explotado de sus pozos denominados Salinas, los cuales han proveído durante mucho tiempo de este indispensable condimento a un gran porcentaje de la nación ecuatoriana, según se desprende de las fuentes históricas, este nombre lo lleva desde la época colonial.

En el inicio de la Conquista Española, el Márquez don Francisco Pizarro, el 18 de Agosto de 1531, divisó la majestuosa bahía que se extiende desde la ensenada de Salinas, hasta punta centinela. Descendió a tierra firme llevando en su diestra la espada y el Pendón de Castilla, tomó posesión de esta parte del mundo de Colón, a nombre de su rey y señor bajo la protección de la emperatriz Santa Elena, cuya fiesta celebraba en ese día la Iglesia Católica. Durante el tiempo de la Colonia, la península de Santa Elena y especialmente el cantón Salinas, desempeñaron un

papel importante como despensa suministradora de alimentos básicos a la floreciente ciudad de Guayaquil, Salinas además suministraba alquitrán y brea para el calafateo de las embarcaciones que se construían en los grandes astilleros guayaquileños.

A principios de siglo el soporte de Salinas y la península es sobresaliente, por el suministro de petróleo crudo y derivados para el alumbrado público y el mantenimiento de las primeras maquinarias a vapor que comienzan a utilizarse en gran escala dentro del país.



Sectores de importancia arqueológica del cantón Salinas

Salinas se inicia como balneario exclusivo a inicios del siglo XX, al igual que la mayoría de capitales latinoamericanas, impulsando al Gral. Eloy Alfaro, luego de su ardua y tenaz empresa, hacer realidad el ferrocarril Guayaquil-Quito en 1908, siendo las fuentes petrolíferas peninsulares las que suministraron el combustible necesario con el que se nutrió este importante medio de comunicación induciendo incluso a construir en años

posteriores el ferrocarril Guayaquil-Salinas que por mucho tiempo constituyó un valioso aporte al turismo y progreso peninsular.

A partir de los años 40, con el asentamiento de la base militar norteamericana en Chipipe, la construcción del Yacht Club y en los 70 la construcción masiva de edificios en altura, se impulsó el asentamiento de capitales y por ende el crecimiento acelerado de la ciudad. Según apuntes históricos las primeras familias que habitaron el caserío de Salinas Fueron: Los Matías, Bazán, González, Rodríguez, Flores, apellidos que se conservan hasta la actualidad.

La magnífica posición geográfica y la pujanza de sus hijos, hicieron que Salinas progresara vertiginosamente, tomando una fisonomía cada vez más distinta y actual, constituyéndose en un hermoso rincón turístico de la Patria, las potencialidades de este lugar posiblemente se hallan gestado en el pasado y es importante emplear ese impulso para luego proyectar el futuro; además de relevar los sitios, hechos y procesos de importancia histórica como una manera de expandir sus actividades.

1.3. Registro Oficial

Decreto Oficial firmado por el Jefe Supremo, Gral. Alberto Enríquez Gallo y publicado en el Registro Oficial N° 52 del 27 de diciembre de 1937, fue elevada a la categoría de cantón.

1.4. División política

El cantón está dividido en seis parroquias, cuatro urbanas: Carlos E. Larrea, Alberto E. Gallo, Vicente Rocafuerte y Santa Rosa; y dos rurales: José Luis Tamayo y Anconcito, siendo las tres primeras conocidas simplemente como Parroquia Salinas. Actualmente esta división política no refleja de manera acertada la conurbación existente, pues todas las

parroquias urbanas de Salinas, más el área urbana de José Luis Tamayo, representan una sola ciudad.

1.5. Límites

Al norte: Océano Pacífico

Al sur: Océano Pacífico

Al este: La Libertad y Santa Elena

Al oeste: Océano Pacífico

1.6. Extensión

Total: 7356,7 Has

Cabecera Cantonal (Área Urbana Salinas): 2706.84 Has

Parroquia Rural: José Luis Tamayo: 3676.02 Has

Parroquia Rural: Anconcito: 973.84 Has



Mapa político del cantón Salinas

1.7. Población

La mayor parte de la población cantonal se encuentra ubicada en la cabecera cantonal de Salinas, con aproximadamente el 58% del total de habitantes, José Luis Tamayo le sigue con el 25% y finalmente Anconcito con el 17%, en cuanto a la relación entre hombres y mujeres, esta es igualitaria, con apenas un 2% de diferencia; el 37% del total de la población, corresponde a jóvenes menores de 20 años, promedio bajo en comparación con otras ciudades del país, donde se bordea el cuarenta y hasta el cincuenta por ciento; pero con un promedio alto en lo que tiene que ver a la tercera edad, bordeando el 25% a nivel cantonal.

En cuanto al número de viviendas, de un total de 14.708, existe una vivienda por cada 3.4 habitantes, promedio que podría subir aceleradamente si tomamos en cuenta que al menos el 40% de estas viviendas son de personas no residentes en el Cantón, tal es así que el Censo refleja que existen tan solo 9.870 viviendas particulares ocupadas por personas presentes.

En lo que tiene que ver a proyecciones poblacionales, y tomando en cuenta la tasa de crecimiento actual de 2.69% anual, para los años 2020 y 2040 tenemos 85.075 y 144.666 habitantes respectivamente, donde los niveles de conurbación llegarían a su tope.

2. MARCO CIENTÍFICO.

2.1. El clima organizacional.

El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de una entidad e incluso la relación con proveedores y usuarios, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. Es decir, es la expresión personal de la "percepción" que los trabajadores y directivos se forman de la organización a la que pertenecen y que incide directamente en el desempeño de la organización.

El Clima organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del ambiente de su organización, para así alcanzar un aumento de productividad, sin perder de vista el recurso humano¹².

2.2. Concepto de Clima Organizacional.

Es un fenómeno interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y las tendencias motivacionales que se traducen en un comportamiento que tiene consecuencias sobre la organización (productividad, satisfacción, rotación, entre otros.)

¹² HESSELBEIN, F. El líder del futuro, Editorial Deusto, Barcelona, 2006.

2.3. Importancia del Clima Organizacional.

La especial importancia de este enfoque reside en el hecho de que el comportamiento de un trabajador no es una resultante de los factores organizacionales existentes, sino que depende de las percepciones que tenga el trabajador de estos factores. Sin embargo, estas percepciones dependen de buena medida de las actividades, interacciones y otra serie de experiencias que cada miembro tenga con la empresa¹³.

Es el conjunto de valores, fines, objetivos y reglas de funcionamiento de la organización. Es decir, un clima organizacional es lo que permite diferenciar a las organizaciones entre sí. Los climas caracterizados por el compromiso, la solidaridad entre los miembros y el sentido comunitario pueden devenir en mejores resultados educativos. Los indicadores contruidos toman en cuenta las actividades realizadas dentro de la organización.

La importancia del clima organizacional en la administración de las entidades, implica reformular la serie de ideas que han regido los paradigmas organizacionales y que resultan ser la mayoría de las veces, homogeneizadores, universalistas y lineales. Sin duda, al hacer el mejor uso de esa reformulación para el desarrollo organizacional, estaremos hablando no sólo de una mejora sustancial en la entidad, sino también en la sociedad.

2.4. Elementos del Clima Organizacional.

- El Clima se refiere a las características del medio ambiente de trabajo.
- Estas características son percibidas directa o indirectamente por los trabajadores que se desempeñan en ese medio ambiente.

¹³ O'CONNOR, Michael, Administración por valores, Editorial Norma, 1997.

- El Clima tiene repercusiones en el comportamiento laboral.
- El Clima es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.
- Estas características de la organización son relativamente permanentes en el tiempo, se diferencian de una organización a otra y de una sección a otra dentro de una misma institución.
- El clima junto con las estructuras y características organizacionales y los individuos que la componen, forman un sistema interdependiente altamente dinámico.

2.5. Factores del Clima Organizacional.

- Factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa, entre otros). Factores relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, etc.).
- Las consecuencias del comportamiento en el trabajo (sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros, entre otros).

Como podemos medir el Clima Organizacional.

1. Actitudes hacia la compañía y la gerencia de la empresa.
2. Actitudes hacia las oportunidades de ascenso.
3. Actitudes hacia el contenido del puesto.
4. Actitudes hacia la supervisión.

5. Actitudes hacia las recompensas financieras.
6. Actitudes hacia las condiciones de trabajo.
7. Actitudes hacia los compañeros de trabajo¹⁴.

2.6. ¿Qué es percepción?

La percepción puede hacer referencia a un conocimiento, a una idea o a la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos. Para la psicología, la percepción es la función que permite al organismo recibir, elaborar e interpretar la información que llega desde el entorno, a través de los sentidos.

La percepción comenzó a ser estudiada en el siglo XIX. Los primeros modelos que relacionaban la magnitud de un estímulo físico con la magnitud del evento percibido posibilitaron el surgimiento de la psicofísica

Los especialistas aseguran que la percepción es el primer proceso cognoscitivo, que permite al sujeto captar la información del entorno a través de la energía que llega a los sistemas sensoriales.

El proceso de la percepción es de carácter inferencial y constructivo: la representación interna de lo que acontece en el exterior surge a modo de hipótesis. La información que llega a los receptores se analiza de forma paulatina, junto a la información que viene de la memoria y que ayuda a la interpretación y a la formación de la representación¹⁵.

Mediante la percepción, la información es procesada y se logra formar la idea de un sólo objeto. Esto quiere decir que es posible sentir distintas

¹⁴ KLOTTER, Philip, Los 10 pecados capitales del marketing – Inicios y soluciones, Editorial Deusto, Barcelona, 2004.

¹⁵ PETER, Tom, Gestionar con imaginación, Editorial Deusto, Barcelona, 2006.

cualidades de un mismo objeto y unir las a través de la percepción, para determinar que es un único objeto.

2.7. La percepción social.

Es el estudio de las influencias sociales sobre la percepción. Hay que tener en cuenta que las mismas cualidades pueden producir impresiones diferentes, ya que interactúan entre sí de forma dinámica.

Las impresiones cuentan con una cierta estructura, donde hay cualidades centrales y cualidades periféricas. Cada parte forma un todo; la omisión o el agregado de una cualidad alteran la percepción global.

En el caso de la percepción de personas, aparecen diversos factores que influyen en la percepción: las expectativas acerca del sujeto con el que se va a interactuar, las motivaciones (que hacen que el hombre que percibe vea en el otro individuo lo que se desea ver), las metas (influyen en el procesamiento de la información), la familiaridad y la experiencia. Existen distintos efectos que alteran la percepción social. De acuerdo al valor del estímulo, puede producirse la acentuación perceptiva (cuando el valor de un estímulo es grande, éste se percibe mayor de lo que es) o el efecto halo (si una persona es vista de forma positiva en alguno de sus rasgos, tenderá a verse de forma positiva en otros rasgos)¹⁶.

De acuerdo al significado emotivo del estímulo, puede provocarse la defensa perceptiva (ante estímulos amenazadores) o la perspicacia perceptiva (ante estímulos que pueden satisfacer una necesidad o brindar algún beneficio).

¹⁶ KLOTTER, Philip, Los 10 pecados capitales del marketing – Inicios y soluciones, Editorial Deusto, Barcelona, 2004.

El estereotipo (la asignación de atributos en función de la identidad grupal), el prejuicio (la forma individual de establecer juicios sobre personas o cosas alejados de la percepción social común) y la proyección (el efecto de las propias emociones al evaluar personas o situaciones) también son efectos alteradores de la percepción.

2.8. Percepción visual.

Trata de una función psíquica que permite al organismo captar, elaborar e interpretar la información que llega desde el entorno.

Es importante diferenciar entre el estímulo, que pertenece al mundo exterior y genera el primer efecto en la cadena del conocimiento y la percepción, que es un proceso psicológico y pertenece al mundo interior. Podría decirse que el estímulo es la energía física, mecánica, térmica, química o electromagnética que excita o activa a un receptor sensorial.

La percepción visual es aquella sensación interior de conocimiento aparente, resultante de un estímulo o impresión luminosa registrada por los ojos. Por lo general, este acto óptico-físico funciona de modo similar en todas las personas, ya que las diferencias fisiológicas de los órganos visuales apenas afectan al resultado de la percepción.

Las principales diferencias surgen con la interpretación de la información recibida, a causa de las desigualdades de cultura, educación, inteligencia y edad, por ejemplo. En este sentido, las imágenes pueden “leerse” o interpretarse tal como un texto literario, por lo que existe en la operación de percepción visual la posibilidad de un aprendizaje para profundizar el sentido de la lectura.

2.9. La Atención.

Es un término con diversos significados y que puede ser utilizado en distintos ámbitos. Para la psicología, la atención es una cualidad de la percepción que funciona como una especie de filtro de los estímulos ambientales, evaluando cuáles son los más relevantes y dotándolos de prioridad para un procesamiento más profundo.

Por otra parte, la atención también es entendida como el mecanismo que controla y regula los procesos cognitivos. Hay ocasiones en que incluso actúa de manera inconsciente.

Los psicólogos establecen dos tipos de determinantes de la atención: determinantes internos (aquellos que son propios del individuo y que dependen de él) y determinantes externos (que proceden del medio).

En el primer grupo, podemos mencionar el estado orgánico (las pulsiones que experimenta el sujeto cuando recibe la estimulación), los intereses (relacionado con lo que atrae a la persona. Por ejemplo: un amante del deporte prestará mucha atención a un partido de fútbol), la sugestión social y los cursos del pensamiento.

Entre los determinantes externos, aparecen la potencia del estímulo (por ejemplo, un sonido fuerte), el cambio (una alteración en el campo de percepción), el tamaño (una imagen imponente), la repetición (un estímulo débil que gana fuerza por ser repetido en forma constante), el movimiento (un desplazamiento que genera una reacción), el contraste (un estímulo que contrasta con el entorno) y la organización estructural.

Otros usos de la palabra atención refieren a la cortesía (la atención como demostración de respeto) y al llamado a los soldados formados para comenzar un ejercicio o una maniobra.

2.10. Atención a usuarios.

La atención a usuarios es uno de los procesos de negocio que, dentro de los departamentos de sistemas de información, está tomando mayor relevancia, en la medida que dichos departamentos han tomado conciencia de que son núcleos de servicio y que, como tales, deben considerar a sus usuarios como clientes.

La atención a usuarios se ha constituido en el escaparate de los departamentos de sistemas de información y el responsable de informática en el principal garante de dicha actividad. Diseñar, desarrollar e implantar correctamente los desarrollos, equipamientos, entre otros, es totalmente necesario, pero ya no suficiente, además de esto, el usuario debe percibir, en primera persona, que está siendo bien atendido, en definitiva, debe saber qué puede esperar de dicho departamento y que nivel de servicio está obteniendo.

Un centro de atención a usuarios (CAU), más que una ubicación física determinada, es un modelo integrado de servicio diseñado para asegurar la calidad y eficiencia en la prestación. Este modelo agrupa métodos, procedimientos, infraestructuras específicas y finalmente, un conjunto de recursos humanos formados, implicados y organizados en torno a sus usuarios¹⁷.

La implantación de un CAU en una organización tiene, desde el primer momento, dos impactos claramente positivos. En primer lugar, todos y cada uno de los usuarios perciben que, como mínimo, se les atiende; es decir, al otro lado siempre hay alguien que recoge su incidencia, algo nada obvio cuando no está estructurado este tipo de servicio. Y en segundo lugar, el departamento de sistemas de información se impone a sí mismo un sistema de calidad que define cómo (pautas de actuación) se atiende al

¹⁷ O'CONNOR, Michael, Administración por valores, Editorial Norma, 1997

usuario y cuánto se le atiende (métricas e indicadores de niveles de servicio)¹⁸.

2.11. El servicio.

Si bien un servicio es algo que se compra o se vende, posee una característica especial: es impalpable y, tras su consumición, todo lo que queda de él es el recuerdo. No hemos adquirido un bien tangible. Un servicio es poner a disposición de los usuarios y por un tiempo limitado una competencia humana y/o de unos medios materiales. En los servicios podemos diferenciar entre:

- El servicio básico.
- El servicio asociado.

El servicio básico: es la prestación central, que constituye la razón de ser del servicio. Los componentes del servicio básico son:

- La satisfacción por la prestación.
- La satisfacción por el suministro.

El servicio asociado es todo aquello que podemos ofrecer y que no forma parte de la prestación central. Los componentes del servicio asociado son:

- La satisfacción por el acceso.
- Por la relación.
- Por la información.
- Por los consejos.

¹⁸WERTHER, William- DAVIS, Keith, Administración de personal y recursos humanos.

- Por el seguimiento.
- Por el entorno y soportes.
- Por los materiales.

2.12. El servicio a los usuarios.

El servicio de calidad al usuario lo proporcionamos todos es por ello importante tener presente la importancia de realizar correctamente nuestras funciones, ya que:

Tenemos en nuestras manos la posibilidad de suministrar un servicio adecuado y cortés, pues el éxito de una empresa o en este caso la imagen de una entidad pública dependen en gran medida de nuestra capacidad para prestar un buen servicio al usuario.

Existen ocasiones donde las personas que están a cargo de la atención al usuario, se encuentran tan ocupadas que no dan tiempo para pensar en el trabajo y en cómo se relaciona con el éxito total de la organización. A veces, suele suceder con aquellos que pasan la mayor parte del día, atendiendo al público o hablando por teléfono, se olvidan de la verdadera importancia de lo que hacen. La importancia real radica en que:

- El éxito de la organización o la imagen institucional depende de sus usuarios. Estos no hablarán bien de nosotros a menos que les tratemos de manera profesional y cortés.
- Los Directivos sólo hablan con unos cuantos usuarios cada semana. Quienes están al frente de la atención hablan con docenas todos los días.
- Todos los que tratan directamente con usuarios tienen una gran responsabilidad, ya que son la imagen que el usuario recibe de nuestra empresa.

- Las organizaciones que tienen la reputación de ofrecer un servicio excelente han logrado esta fama mediante el compromiso de todos los integrantes de su equipo humano.

No olvidemos que el cliente percibe el servicio globalmente y un detalle puede tener una importancia determinante en el resultado final. Tanto es así, que si un eslabón de la cadena falla, el resultado global del servicio es considerado como malo.

Es muy conveniente precisar con claridad el contrato con el cliente formulando una promesa de servicio explícita.

2.13. Objetivos de un buen servicio.

Puede utilizar el servicio al usuario como un método eficaz para distinguirse de cualquier entidad que presta servicios, de hecho, el servicio al usuario es una de las fortalezas de las pequeñas instituciones y si lo pone de relieve puede competir con otras más grandes que están en condiciones de ofrecer más variedad y otros beneficios adicionales que tal vez no se puedan suplir, sin embargo, muchas entidades se quedan cortas en la categoría de servicio al usuario. ¿Por qué?, una de las razones es el desconocimiento, simplemente no hay muchos ejemplos de un buen servicio al usuario que sirvan de modelo para su entidad.

Para asegurarse de que el servicio al usuario de su institución sea de calidad inmejorable, averigüe lo que están haciendo otras, imítelo o supérela, lea libros o escuche cintas de audio de personas que hayan analizado las entidades inspiradas por el servicio al usuarios.

Existen cuatro recomendaciones que pueden ayudar a mejorar su institución:

- Pida disculpas, no discuta, si un usuario tiene un problema, pida disculpas y resuelva el problema, permita a los usuarios ventilar sus quejas, incluso si está tentado de interrumpirlos y corregirlos, corrija los errores de inmediato, tenga en consideración que una queja acerca de su institución es una oportunidad para transformar la situación y crear un cliente leal, naturalmente, algunos clientes harán reclamos demasiado excesivos como para satisfacerlos, si eso ocurre, ponga el mayor esmero en ofrecer una alternativa atractiva y moderada.
- Pida retroalimentación, para no perder el rumbo, pida a sus usuarios calificar su servicio periódicamente, esto se puede hacer mediante un breve cuestionario, haga el cuestionario breve para que no les resulte pesado de responder, y asegúrese de que los usuarios sepan que pueden negarse a participar, dígales siempre a ellos que el objetivo de la encuesta es atenderlos mejor, si completan la encuesta y no tienen problemas, les servirá de recordatorio acerca del buen servicio que ofrece, si surgen problemas, se pueden tratar.
- Sea flexible, la flexibilidad también puede significar obtener información para su usuario, aunque no sea en el área de su especialidad, digamos por ejemplo que está prestando el servicio de alimentación para una fiesta de matrimonio y su cliente necesita información acerca de las costumbres de matrimonios irlandeses, es tan fácil llamar a su biblioteca local y enviar la información por fax a su usuario como es decir, "no sé nada del tema" y en última instancia, ese esfuerzo adicional lo compensará con un cliente muy satisfecho.
- Diga siempre que "Sí", esto no significa renunciar a su voluntad personal a nombre del usuario, sino que implica buscar la forma de ayudar a satisfacer las solicitudes de ellos, decir siempre que sí

significa que utilizar las palabras "eso no es posible" está prohibido en su entidad, no puede darse el lujo de usarlas.

2.14. Consecuencias de un servicio deficiente y pasos a seguir

El mal servicio es la principal causa de la pérdida o disminución de los usuarios, independientemente de ello esta lo que piensa acerca del servicio recibido y si ha sido negativo esto hará que se multiplique entre otras personas, desgastando la imagen de la institución.

Estas medidas evitan los errores más comunes del servicio al usuario:

- Ayudar al personal a entender la importancia de un buen servicio, a menudo, los empleados piensan que un desliz ocasional en el servicio no tendrá mayores consecuencias, una de las mejores maneras de alinear las prioridades del personal con las de la entidad, es predicar con el ejemplo, mejorar las comunicaciones interpersonales motivaría a realizar mejor el trabajo del personal.

Algunas técnicas para lograrlo son las siguientes:

- Demostrar una actitud abierta y amistosa: la alta gerencia debería ser profesional y atenta al mismo tiempo.
- Brindar ayuda: los gerentes deberían tener una actitud proactiva en el trato con su personal, es importante advertir de inmediato cuándo un empleado está disconforme, para evitar que el descontento se contagie a los usuarios.
- Dar el 110 por ciento automáticamente: los empleados esperan que sus pedidos sean atendidos, pero los

superiores podrían ir más allá, dando una respuesta veloz a las inquietudes, y ofreciendo ayuda adicional.

- Aliente a su gente a utilizar un idioma sencillo cuando hable con los usuarios, a menudo, la gente trata de impresionar usando palabras técnicas.
- Coloque un pequeño espejo con la palabra “sonría” en el escritorio de sus empleados y del personal de soporte al usuario, aun en el de los que brindan servicio por teléfono, es una forma de recordarles que deben tener una actitud alegre y amigable.

2.15. La percepción y su influencia en la imagen de una institución.

La Ingeniería en imagen pública es el conjunto de conocimientos y técnicas que permiten aplicar el saber científico a la emisión de estímulos que crearán o modificarán la percepción hacia una persona o institución. Al igual que en el caso de un muro, para crear el muro de la reputación se debe conocer el objetivo que el usuario pretende alcanzar, después estudiar el terreno sobre el que se va a edificar; o sea, hacer todas las investigaciones previas pertinentes para conocer la percepción acerca de nuestro usuario, escoger el tipo de ladrillo y el número de piezas a colocar; es decir, diseñar las estrategias y los estímulos que permitirán vencer los obstáculos.

Por estas características es necesaria que la imagen debe ser llevada por especialistas que cumplan ciertas condiciones como conocimientos, creatividad, sensibilidad, respeto de la esencia del cliente y metodología¹⁹.

¹⁹ HESSELBEIN, F. El líder del futuro, Editorial Deusto, Barcelona, 2006

Cabe mencionar que se requiere saber de: comunicación, psicología, mercadotecnia, normas de estética y vestuario, fotografía, diseño gráfico, semiótica, publicidad, relaciones públicas, psicología del color, manejo de la iluminación, de la música y el aroma como estímulos productores de emociones en la audiencia y de cualquier otro conocimiento específico que se requiera para satisfacer la necesidad de percepción del usuario.

En cuanto a la creatividad, se puede definir como la capacidad para engendrar ideas útiles para crear la percepción de una persona o institución o para resolver su problemática, la creatividad en imagen pública tiene exactamente la misma importancia que en la publicidad o en el diseño gráfico, de nada servirá tener muchos conocimientos en la especialidad si éstos no se comunican hábilmente.

El grado de dificultad de las condiciones necesarias para poder crear una imagen va en ascenso, pues aunque se posean conocimientos y creatividad, si no se tiene sensibilidad tarde o temprano se fracasará y como la imagen se basa en el manejo de los sentimientos para provocar la percepción en una audiencia, imaginemos la importancia que la sensibilidad tiene para llevar con éxito el proceso. Imposible visualizar a un individuo insensible queriendo definir la esencia de una persona o tratando de provocar alguna emoción en la audiencia a través de la música o de la iluminación. Es por eso que la gente dedicada a la creación de imagen pública debe poseer la capacidad de sentir física y moralmente por la simple razón de que su especialidad se basa en sentimientos.

Otro de los factores más importantes en el proceso es el respeto de la esencia del usuario, ya que hay que tomar en cuenta que se trabaja con personas, o instituciones conformadas por personas que piensan y sienten lo que viene a añadir dificultad al trabajo, puesto que no se someten tan dócilmente a las instrucciones y fácilmente pueden cambiar de opinión acerca de decisiones que ya se habían dado por acordadas. Para poder manejar esta problemática se hace indispensable conocer a fondo al

usuario y la única manera de lograrlo en relativamente poco tiempo, es a través del reconocimiento exacto de su esencia.

Debido a la complejidad para crear la imagen, la manera de evitar esos riesgos y de optimar los resultados es a través del seguimiento de un método, la parte práctica del estudio de los actos de la razón, que impida extraviarse en el camino y alcanzar el fin deseado. Por todo ello, es absolutamente necesario contar con una metodología que se encargue de regir y dar cohesión a las acciones a realizar, en pocas palabras, que organice el trabajo. A este proceso se le ha bautizado como Sistema Íntima. El cual propone un conjunto de procesos, a manera de etapas múltiples y subsecuentes que tengan claramente señalado su propio objetivo; de tal forma que el cumplimiento del conjunto de los objetivos particulares de cada proceso, conduzcan a la consecución del objetivo final: crear o modificar la percepción de una persona o institución por parte de sus diferentes audiencias²⁰.

2.16. La importancia de la Comunicación Organizacional.

La hiperorganización de la sociedad, los constantes cambios, la expansión de los mercados, la globalización, la calidad y la competitividad son algunos de los mayores retos que deben enfrentar las empresas.

Ante estos retos y en el siglo de los intangibles la visión empresarial ya no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración que ha marcado el accionar de la empresa desde el siglo XIX²¹. A este debe incluirse la comunicación, la cultura y la identidad como nuevos ejes de la acción institucional, ya que estos tres aspectos constituyen el "sistema nervioso central" de todos los procesos de la dinámica integral de una organización.

²⁰ GORDOA, Víctor. "El poder de la Imagen Pública", Editorial Edamex; México 2009.

²¹ JOAN Costa: La Comunicación en Acción. Paidós, 1999.

Desde esta perspectiva la comunicación se constituye en esencia y herramienta estratégica para los procesos de redefinición de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, la definición de identidad y el uso y apropiación tecnológica que se requiere.

2.16.1. Retos del Profesional de la Comunicación Organizacional.

Según las últimas investigaciones de Andersen Consulting y de diferentes Universidades Europeas, la formación empresarial más solicitada en este principio de siglo, será el Marketing y la Comunicación (Social y empresarial), Nuevas Tecnologías y todo lo relacionado con la dirección y motivación de equipos humanos.

Profesionalizar aún más la comunicación organizacional podría ser punta de lanza para que las empresas realicen los cambios pertinentes en su cultura de trabajo, determinen identificadores apropiados a su razón de ser, definan claramente su misión y visión empresarial, sus públicos, logren mayor nivel de compromiso de su personal e interrelaciones más adecuadas con sus públicos y entornos. Todo ello en coherencia con las necesidades y demandas del mundo globalizado, los mercados y la región en particular.

Mirar la organización desde la comunicación implica un cambio de fondo más que de forma, un cambio que trasciende incluso a la misma organización, ya que nuestras empresas todavía no disponen de modelos avanzados para una cultura empresarial que no está sustentada en el control, la autoridad y la producción, sino en las relaciones, el conocimiento, la gestión eficaz de la comunicación y la información.

En este contexto la Comunicación debe ser gerenciada pues la comunicación es objeto de "gestión", es decir, es instrumento, de carácter estratégico orientado a un fin práctico: las relaciones, el cumplimiento de

metas reconocidas en común y la coordinación de comportamientos aspecto importante para la productividad empresarial.

2.16.2. Comunicación Organizacional y nuevas tecnologías.

El uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación se han constituido en herramientas para la competitividad, de allí que uno de los grandes retos que tiene el comunicador organizacional es la de generación de sentido de trabajo en torno a las nuevas tecnologías.

Cuando falla la comunicación organizacional, esto se ve reflejado en los niveles de productividad así como en la calidad de los productos o servicios.

La Comunicación Organizacional se debe plantear como esencia y herramienta de las relaciones empresariales, en donde tanto trabajadores como empresarios actúen como emisores y receptores, en busca de un bien común que es la "comunidad laboral", el desarrollo empresarial para la efectiva competitividad en mercados internacionales.

Hoy día la comunicación organizacional, no es una opción elegible por los empresarios es una necesidad. En el mundo de los intangibles lo que tiene peso son la marca, la calidad, control ambiental, trabajo en equipo, las relaciones, la identidad, innovación, creatividad y la inteligencia empresarial. No es un lujo que una pequeña o mediana empresa tenga un comunicador organizacional, se muestre a través de la Internet o sensibilice a los trabajadores para producir en equipo, obtener metas colectivas, o competir en el mercado.

La comunicación organizacional puede hacer aportes significativos a las pequeñas, medianas y grandes empresas en su proceso de adaptación a

los nuevos requerimientos y necesidades de los mercados internos y externos²².

Si bien en nuestro país aún falta mucho por hacer en torno a la comunicación organizacional podríamos señalar que en un alto porcentaje las empresas se han abierto a la comunicación organizacional. El empresario ha entendido que más que controlar autoritariamente debe procurar la comunicación dialógica con sus trabajadores, es decir reconocer al otro en toda su dimensión para que juntos procuren el bienestar empresarial.

2.17. Imagen.

Se denomina imagen a la representación figurativa de una cosa. Es la representación de una realidad captada a través de los sentidos. Las imágenes son captadas por nuestra vista, y permanecen allí, o pueden luego plasmarse sobre un lienzo, o un papel, por ejemplo. Pueden también ser captadas por una lente óptica o reflejadas en un espejo. Son entonces, copias de las realidades más o menos fidedignas, ya que no es lo mismo una foto que un dibujo, que captan sus características esenciales, pudiendo diferir en sus accidentes. Las imágenes endógenas están cargadas de subjetividad, y son frecuentes en el mundo artístico, las exógenas captan de manera más objetiva el entorno.

En su origen latino, la palabra “imago” aludía a la representación figurativa de una persona muerta, o sea, aludiendo a tener presente algo que ya no está.

Más estrictamente, la palabra imagen alude a las pinturas o esculturas religiosas, de Jesús, la virgen María o los santos y vírgenes en general.

²² O’CONNOR, Michael, Administración por valores, Editorial Norma, 1997.

También se habla de imagen para referirse, al concepto que genera una persona o empresa, para la sociedad, a través de su nombre, presentación y acciones, calificándose de buena imagen o mala imagen, según conforme o no a las demandas sociales. Una persona desalineada, que se expresa mal, y que no guarda las mínimas reglas de cortesía, será reputada como portadora de una mala imagen. Esto también puede aplicarse a las empresas, por ejemplo, tratar mal a la clientela, o tener sucias sus instalaciones, es una mala imagen para la institución.

El estudio de las imágenes se denomina iconografía, aunque el término surgió dentro del marco religioso, aludiendo a las figuras santas, se ha extendido el concepto a lo profano, y es muy importante en nuestro mundo actual, ya que la mayoría de los medios de comunicación utilizan imágenes para transmitir información, haciendo realidad la frase: “Una imagen vale más que mil palabras”²³.

2.18. Imagen corporativa.

Se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía “significa”. La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, cree hueco en su mente, genere riqueza de marca y facilite así ventas del producto. La imagen de una corporación no es creada solamente por la compañía. Otros actores que contribuyen a crear una imagen de compañía podrían ser los medios de comunicación, periodistas, sindicatos, organizaciones medioambientales, y otras.

²³WERTHER, William- DAVIS, Keith, Administración de personal y recursos humanos.

3. MARCO CONCEPTUAL.

3.1. Clima.

El clima hace referencia al conjunto de las condiciones atmosféricas que caracterizan a una región. Por lo general, el uso cotidiano del término se vincula a la temperatura y al registro o no de precipitaciones²⁴.

3.2. Organización.

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos²⁵.

3.3. Clima organizacional.

Clima organizacional: se entiende por clima de una organización el conjunto de valores, fines, objetivos y reglas de funcionamiento de la Federación. Es decir, un clima organizacional es lo que permite diferenciar a las organizaciones entre sí. Los climas caracterizados por el compromiso, la solidaridad entre los miembros y el sentido comunitario pueden devenir en mejores resultados educativos. Los indicadores construidos toman en cuenta las actividades realizadas dentro de la federación²⁶.

²⁴ GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América.

²⁵ GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América.

²⁶ GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América.

3.4. Atención.

La atención es la capacidad de aplicar voluntariamente el entendimiento a un objetivo, tenerlo en cuenta o en consideración. Desde el punto de vista de la psicología, la atención no es un concepto único, sino el nombre atribuido a una variedad de fenómenos²⁷.

3.5. Usuarios.

Se considera usuarios a las personas físicas o jurídicas que adquieran, utilicen o disfruten como destinatarios finales, productos, bienes o servicios, actividades o funciones independientemente del carácter individual o social, público o privado, de quienes lo produzcan, suministren o los emanen. Así pues, consumidores somos todos. Todos compramos bienes y productos y utilizamos servicios. Incluso los comerciantes, empresarios y prestadores de servicios, fuera de su ámbito profesional, son también consumidores²⁸.

3.6. Atención a los usuarios.

La atención a usuarios es uno de los procesos de negocio que, dentro de los departamentos de sistemas de información, está tomando mayor relevancia, en la medida que dichos departamentos han tomado conciencia de que son núcleos de servicio y que, como tales, deben considerar a sus usuarios como clientes.

²⁷ GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América, Pág. 88

²⁸ GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América, Pág. 89

3.7. Estructura.

Esta escala representa la percepción que tienen los miembros de la organización acerca de la cantidad de reglas, procedimientos, trámites, normas, obstáculos y otras limitaciones a que se ven enfrentados en el desempeño de su labor.

3.8. Responsabilidad.

Es la percepción de parte de los miembros de la organización acerca de su autonomía en la toma de decisiones relacionadas a su trabajo. Es la medida en que la supervisión que reciben es de tipo general y no estrecha, es decir, el sentimiento de ser su propio jefe y saber con certeza cuál es su trabajo y cuál es su función dentro de la organización.

3.9. Recompensa.

Corresponde a la percepción de los miembros sobre la recompensa recibida por el trabajo bien hecho. Es la medida en que la organización utiliza más el premio que el castigo, esta dimensión puede generar un clima apropiado en la organización, pero siempre y cuando no se castigue sino se incentive el empleado a hacer bien su trabajo y si no lo hace bien se le incentive a mejorar en el mediano plazo.

3.10. Desafío.

Corresponde a las metas que los miembros de una organización tienen respecto a determinadas metas o riesgos que pueden correr durante el desempeño de su labor. En la medida que la organización promueve la aceptación de riesgos calculados a fin de lograr los objetivos propuestos,

los desafíos ayudarán a mantener un clima competitivo, necesario en toda organización.

3.11. Relaciones

Es la percepción por parte de los miembros de la empresa acerca de la existencia de un ambiente de trabajo grato y de buenas relaciones sociales tanto entre pares como entre jefes y subordinados, estas relaciones se generan dentro y fuera de la organización, entendiendo que existen dos clases de grupos dentro de toda organización. Los grupos formales, que forman parte de la estructura jerárquica de la organización y los grupos informales, que se generan a partir de la relación de amistad, que se puede dar entre los miembros de una organización.

4. MARCO LEGAL

Dentro de la constitución se busca hacer cumplir los términos calidad y calidez, señalado como un derecho, por lo que se ha establecido los mecanismos de control de calidad, defensa y sanciones por vulneración de los mismos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, para ello se han creado diferentes artículos que respaldan esta acción. Al mencionar el tema el clima organizacional y su incidencia en la atención de los usuarios del hospital José Garcés Rodríguez, podemos aplicar estos artículos ya que motivan a la puesta en práctica de estos derechos, para ello según la:

Constitución del Ecuador
Título II
Derechos
Capítulo III
Derechos del buen vivir
Sección IX

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas. Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Conclusión

La mala atención a los usuarios en el sector público, es uno de los problemas actuales que está viviendo nuestro país, y de forma particular el cantón Salinas, es así que según el artículo 362 de la Constitución del Ecuador menciona que, **los servicios de salud serán seguros, de calidad y calidez**, y garantizarán el consentimiento informado, el acceso a la información y la confidencialidad de la información de los pacientes.

Mencionado artículo no se apega a la realidad del hospital José Garcés Rodríguez, por lo tanto el presente trabajo va enfocado a hacer respetar y hacer cumplir a cabalidad los derechos de los usuarios.

CAPITULO II

METODOLOGÍA O ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El método de investigación a utilizar es el método inductivo, puesto que haremos el análisis de la particularidad del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas en relación a su incidencia, en la atención de sus usuarios. La modalidad a seguir dentro de este estudio es el modelo de investigación cualitativa, puesto que el enfoque es el proyecto factible de intervención.

Se utilizará el método de análisis y síntesis, pues ubicaremos las causas y los efectos de este problema dentro del hospital.

Modalidad de la investigación.

La modalidad de la investigación, la caracterización de las unidades de análisis, las técnicas, procesos e instrumentos de medición a ser utilizados reflejan la manera de cómo se enfocó la investigación en cuanto al propósito, amplitud y profundidad.

Tipos de investigación.

Por el propósito.

La investigación es aplicada puesto que la misma sirve para resolver problemas prácticos y concretos.

Por el nivel de estudio.

Es exploratorio, pues se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema poco estudiado. Los estudios exploratorios nos familiarizan con fenómenos relativamente desconocidos. Y son las bases de investigaciones más rigurosas, se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, en comparación con los estudios descriptivos o explicativos.

Es la etapa de reconocimiento, búsqueda de información bibliográfica, visitas a la campo, entrevistas a informantes clave, y todo aquello que busca familiarizar con las variables a estudiar. Simple descubrimiento de variables sin atender a su relación.

Por el lugar.

La investigación es de campo, ya que el estudio de los hechos es realizado en el lugar en que se producen. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad, para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Población y muestra.

Población.

La población es de 12.000 usuarios de la provincia de Santa Elena.

Muestra.

La fórmula estadística: nos permite calcular el tamaño de la muestra:

n= tamaño de la muestra	= ?
N= universo	= 12.000
e= error admisible.	= 0,05

$$n = \frac{N}{e^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{12.000}{0,05^2 (12.000 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{12.000}{0,0025 (11999) + 1}$$

$$n = \frac{12.000}{29,9975 + 1}$$

$$n = \frac{12.000}{30,9975}$$

$$n = \frac{12.000}{8,499375}$$

$$n = 387,1279941930801$$

$$n = 387$$

Instrumentos de la investigación.

Para efectos de la encuesta se considera tomar muestras que contemplen el 94,5% de probabilidad y confianza, con un margen de error del 5%. La encuesta constará con 15 preguntas en una escala de cuatro categorías:

1= Excelente	1= SI
2= Muy Bueno	2= NO
3= Bueno	3= En partes
4= Deficiente	

Las preguntas serán estructuradas para analizar el grado de percepción que tienen los usuarios sobre la calidad de atención recibida en las áreas del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas. En la siguiente investigación se presenta las quince preguntas con sus cuadros y los respectivos gráficos.

Fue necesario tomarse siete días para el levantamiento de la información, puesto que se buscaba fiabilidad de los datos, es así que se tomaba muestras de cincuenta usuarios, en áreas distintas por día, a excepción del área de consulta externa, allí es donde es más usuarios acuden, mediante el cuestionario de 15 preguntas dirigidas a pacientes desde 18 a 60 años.

De esta manera se garantiza la confiabilidad y validez de los instrumentos utilizados.

Procedimientos de la investigación.

Las encuestas serán dirigidas a hombres y mujeres de 18 a 60 años de edad que visitan frecuentemente el Hospital José Garcés Rodríguez de Salinas, el cuestionario estructurado aplicado en todas las áreas,

únicamente son entrevistados usuarios de 18 a 60 años de edad y que estén esperando ser atendidos.

De acuerdo al grado de participación, se asigna el número de encuestas, por días de la semana y por rangos horarios.

Inicialmente al abordar el usuario se le pregunta en forma general por su nivel de satisfacción sobre el servicio que le ofrece las áreas del hospital, en donde la respuesta que se obtiene es la sumatoria de experiencias, convirtiéndose en una respuesta global con un alto ingrediente perceptivo y emotivo (calidad percibida).

Recolección de la información.

Para la recolección de la información y su debido proceso nos apoyaremos en la estadística descriptiva, con la cuál levantaremos cuadros y gráficos con su respectivo análisis. En la presente investigación se presentan las quince preguntas.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS.

Para la obtención de los resultados de esta investigación fue necesario recurrir al instrumento de la encuesta, con una concurrencia de 400 personas que acuden diariamente, esto nos da una población de 12.000 usuarios, quedando una muestra de 387 encuestas.

Las mismas que las realice en el lapso de siete días laborables, en las diferentes áreas que componen el hospital, es así que se estableció el siguiente cronograma.

La recolección de la información estuvo dirigida a personas que oscilan entre los 16 a los 60 años que acuden con frecuencia hasta esta casa de salud.

Cronograma de actividades para el levantamiento de información.

Día	Área	Numero de encuestados
01/IV/2011	Consulta externa	87
04/IV/2011	Odontología	50
05/IV/2011	Estadística	50
06/IV/2011	Farmacia	50
07/IV/2011	Emergencia	50
08/IV/2011	Preparación	50
11/IV/2011	Ginecología	50

Pregunta 1: ¿Conoce usted la misión y visión del hospital?

Cuadro # 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
En partes	26	7%
No	361	93%

Gráfico # 1



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De los 387 encuestados el 93 % de los usuarios dijeron que NO conocen acerca de la misión y visión de esta casa de salud, mientras que un 7% la conocen solo EN PARTES.

Un alto índice de usuarios desconoce los principios rectores de esta casa de salud como es la misión y visión, situación que preocupa ya que estos direccionan la razón de ser, por tanto corresponde a toda entidad del estado o privado, publicarla en espacios de fácil visibilidad.

Pregunta 2: ¿Sabe usted cuál es el organigrama de esta casa de salud?

Cuadro # 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	0%
En partes	63	16%
No	323	84%

Gráfico # 2



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

En un total de 387 personas encuestadas, el 84 % de los usuarios dijeron que NO conocen sobre el organigrama del Hospital, mientras que un 16% la conocen solo EN PARTES.

Se evidencia que un alto índice de usuarios desconoce cómo está estructurado organizacionalmente esta casa de salud, por lo que no se tiene claro cuál es el respectivo órgano regular que debería seguir el usuario, para poner de manifestó alguna inconformidad al respecto.

Pregunta 3: ¿Cómo califica usted el servicio que presta esta entidad de la salud?

Cuadro # 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Muy Bueno	5	1%
Bueno	81	21%
Deficiente	301	78%

Gráfico # 3



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Sobre el servicio que presta el hospital, de las 387 personas encuestadas, el 78 % de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 21% lo califica como BUENO, en tanto el 1% expreso que era MUY BUENO y el 0% EXCELENTE.

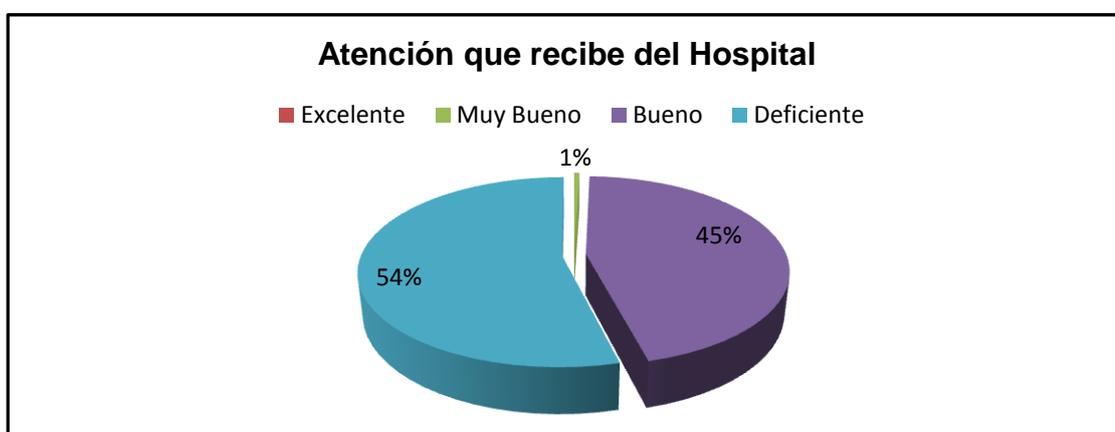
Un porcentaje mayoritario de los encuestados manifiesta que aunque el hospital cuenta con varios equipos de nueva tecnologías, los espacios físicos donde estos se encuentran no son los adecuados.

Pregunta 4: ¿Cómo califica la atención que recibe cuando acude al hospital?

Cuadro # 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Muy Bueno	2	1%
Bueno	176	45%
Deficiente	209	54%

Gráfico # 4



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Acerca de la atención que presta el hospital, de las 387 personas encuestadas, el 54 % de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 45 % lo califica como BUENO, en tanto el 1% dijo que era MUY BUENO y el 0% EXCELENTE.

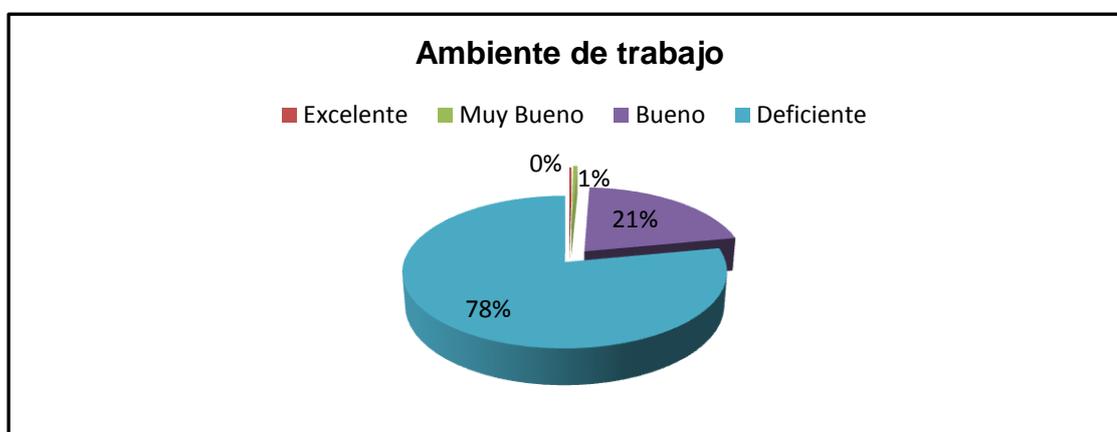
La gran mayoría de los usuarios expresan que existe una deficiente atención por parte de algunos miembros de la entidad.

Pregunta 5: ¿El ambiente de trabajo que observa en esta casa de salud es?

Cuadro # 5

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	0%
Muy Bueno	2	1%
Bueno	82	21%
Deficiente	302	78%

Gráfico # 5



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Sobre el ambiente de trabajo que percibe el usuario que acude a este hospital 387 personas encuestadas, el 78 % de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 21 % lo califica como BUENO, en tanto el 1% dijo que era MUY BUENO y el 0% EXCELENTE.

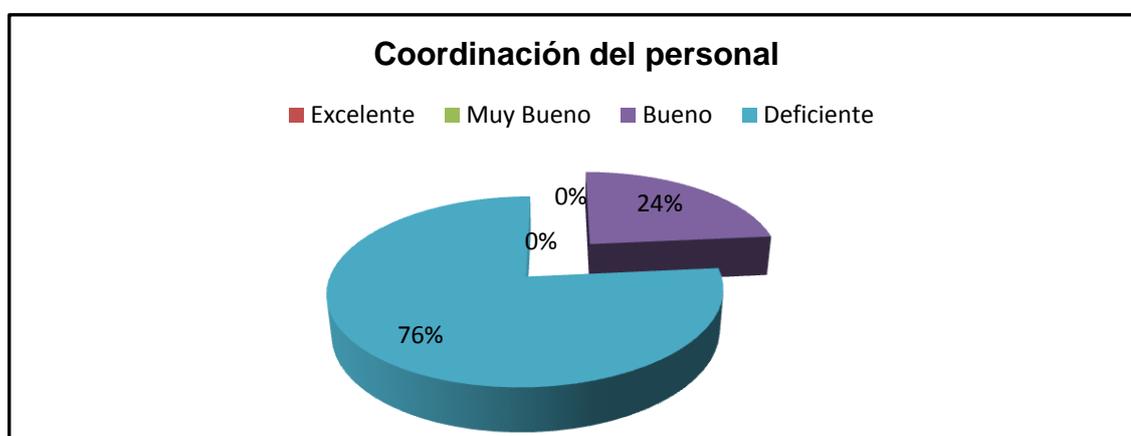
La mayoría de los encuestados, manifiestan que el ambiente de trabajo que se percibe en esta casa de salud no es el adecuado, entonces se debería tener cambios significativos en favor de los usuarios.

Pregunta 6: ¿Cómo califica la coordinación del personal que labora en esta institución?

Cuadro # 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	1	0%
Muy Bueno	2	1%
Bueno	82	21%
Deficiente	302	78%

Gráfico # 6



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez
Autor: Armando Zamora Reyes.
Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

En lo que se refiere con la coordinación del personal, de las 387 personas encuestadas, el 76% de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 24%.

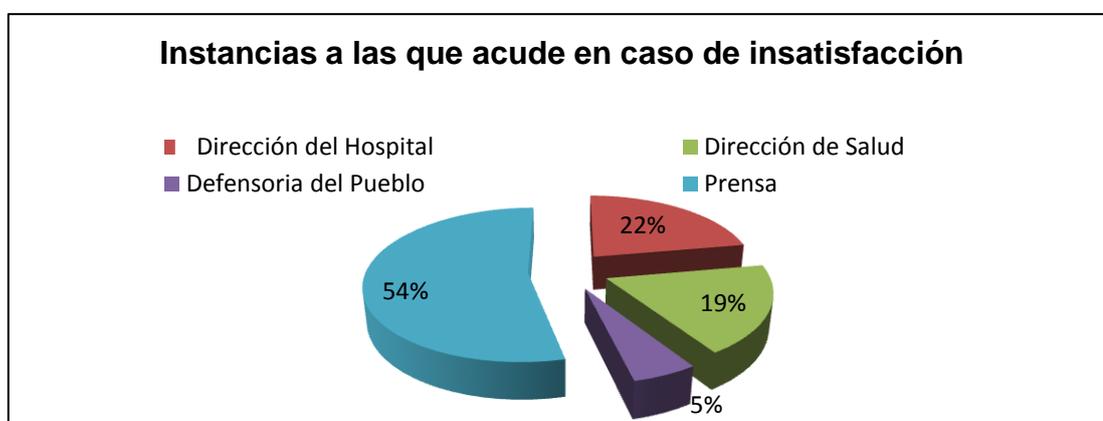
En lo que respecta a la coordinación del personal se evidencia un alto índice de inconformidad, debido a que no se atiende de manera oportuna.

Pregunta 7: ¿Cuando los servicios que brinda el hospital no satisfacen sus necesidades, a que instancias recurre?

Cuadro # 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Dirección de Salud	86	19%
Director del Hospital	72	22%
Defensoría del Pueblo	21	5%
Prensa	208	54%

Gráfico # 7



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De las 387 personas encuestadas, el 54 % recurre a la PRENSA, mientras que 22 % acudiría a la DIRECCIÓN DEL HOSPITAL, un 19% a la DIRECCIÓN DE SALUD, en tanto un 5% a la DEFENSORÍA DEL PUEBLO.

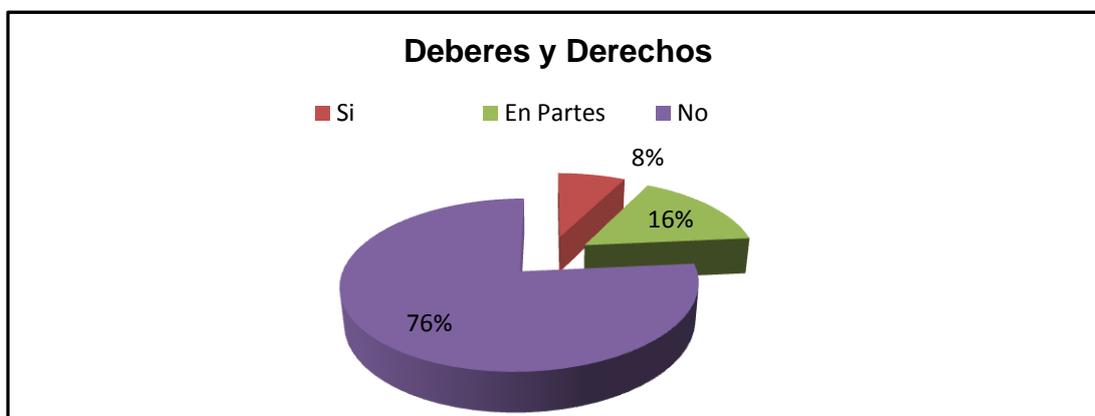
Los usuarios de esta casa de salud, ven a la PRENSA como su mejor recurso para denunciar alguna inconformidad, manifiestan que a través de ella sus denuncias tienen más eficacia que otras instancias.

Pregunta 8: ¿Conoce usted sus deberes y derechos como usuarios en los servicios de salud?

Cuadro # 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	8%
En partes	62	16%
No	296	76%

Gráfico # 8



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Sobre los deberes y derechos como usuarios, de los 387 encuestados, el 76 % de los usuarios manifestaron NO conocer, mientras que 16% conoce EN PARTES y un 8% SI conocen.

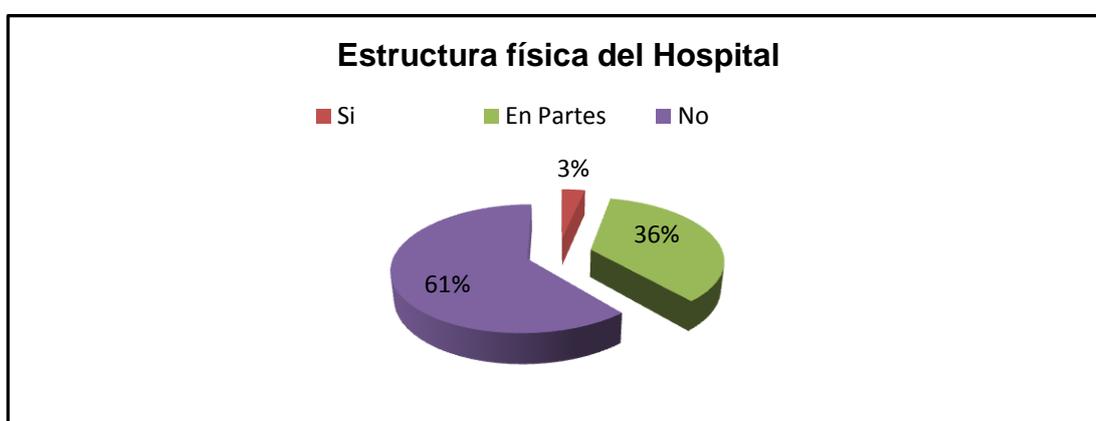
En la Constitución del Ecuador se contemplan varios artículos en los que se menciona sobre este tema que deberían exhibirse en lugares de fácil visibilidad para orientar a los usuarios.

Pregunta 9: ¿La estructura física esta de acorde a los requerimientos que se presentan diariamente?

Cuadro # 9

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	3%
En partes	137	36%
No	237	61%

Gráfico # 9



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De los 387 encuestados, el 61 % de los usuarios manifestaron NO, mientras que 36% dice EN PARTES y un 3% SI.

Un gran porcentaje de los usuarios según sus percepciones, consideran que solo una parte del hospital esta de acorde a los requerimientos que se presentan diariamente.

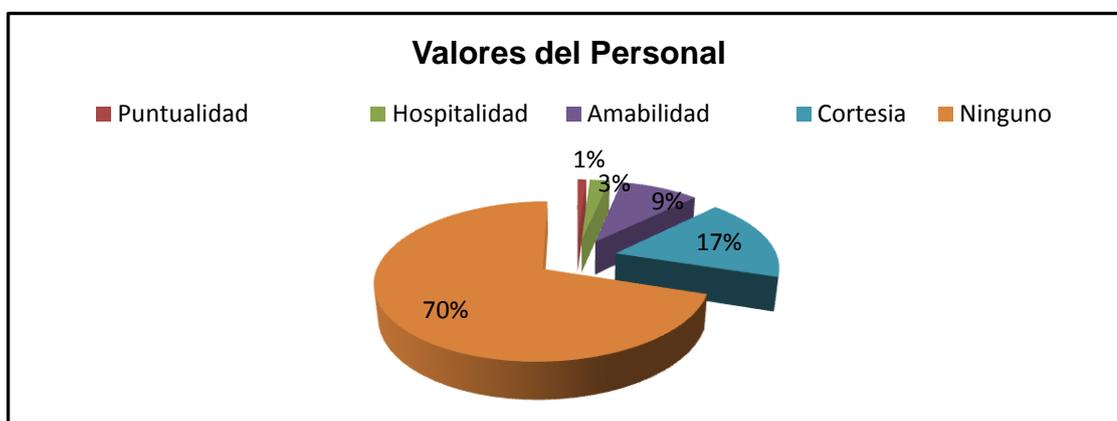
La implementación de una sala de espera digna, es uno de las múltiples mejoras que requiere el hospital.

Pregunta 10: ¿Cuáles son los valores que ha observado en el personal que labora en el Hospital?

Cuadro # 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Puntualidad	4	1%
Hospitalidad	9	3%
Amabilidad	36	9%
Cortesía	67	17%
Ninguno	271	70%

Gráfico # 10



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Delas 387 personas encuestadas, el 70 % dicen que no se practican los valores en estudio, el 17% evidencia la CORTESIA, el 9% la AMABILIDAD, el 3% la HOSPITALIDAD y solo el 1% la PUNTUALIDAD.

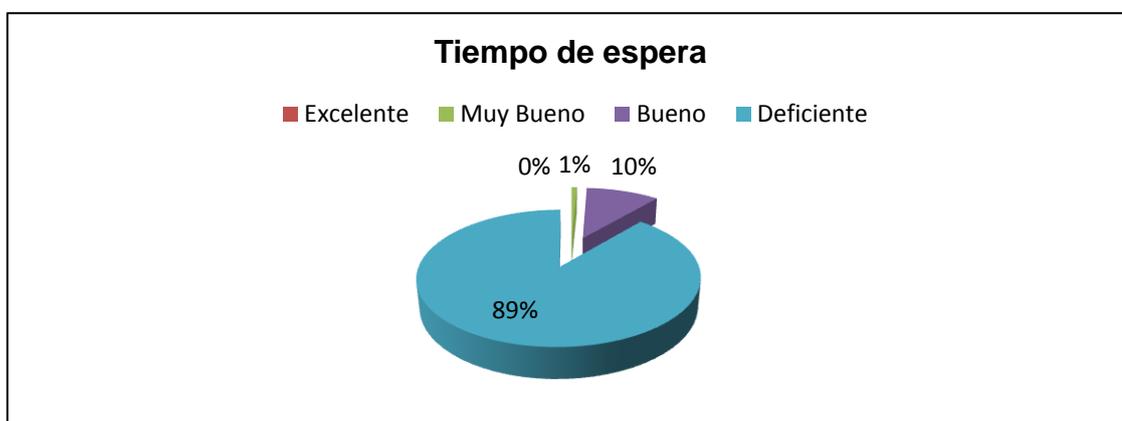
La puesta en práctica los valores es un factor vital dentro de cualquier entidad, si no son manifiestos, esto automáticamente reducen el esfuerzo que si realiza un pequeño porcentaje del personal empañando a toda la institución.

Pregunta 11: ¿Cómo califica el tiempo de espera para recibir atención?

Cuadro # 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Muy Bueno	3	1%
Bueno	40	10%
Deficiente	344	89%

Gráfico # 11



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Sobre el tiempo de espera para recibir atención, de las 387 personas encuestadas, el 89 % de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 10 % lo califica como BUENO, en tanto el 1% dijo que era MUY BUENO.

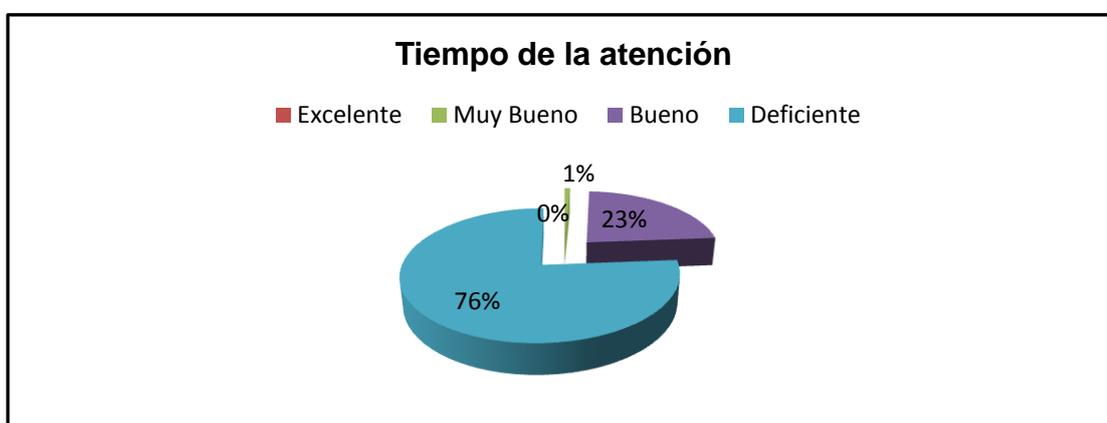
La mayoría de los encuestados manifiestan que el tiempo previo a la consulta es demasiado prolongado, lo que ocasiona inconformidad por la espera que en ocasiones llegan a las 8 horas.

Pregunta 12: ¿Cómo califica la duración, (consulta), que se toma el médico en atenderle?

Cuadro # 12

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	0	0%
Muy Bueno	3	1%
Bueno	89	23%
Deficiente	295	76%

Gráfico # 12



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

Acerca de la duración de la consulta, de las 387 personas encuestadas, el 76 % de los usuarios manifestaron que es DEFICIENTE, mientras que 23 % lo califica como BUENO, en tanto el 1% dijo que era MUY BUENO.

Pese al profesionalismo de los galenos de esta entidad de salud la mayoría de los encuestados manifiestan que el tiempo de la consulta es poco y que no compensa el tiempo de espera a esto se suma las condiciones climáticas y la estructura del mismo.

Pregunta 13: ¿Sabía usted que a través del call center (vía telefónica) se puede solicitar cita médica?

Cuadro # 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	9%
En partes	38	10%
No	315	81%

Gráfico # 13



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De los 387 encuestados, el 81 % de los usuarios manifestaron NO conocer, mientras que 10% dice EN PARTES y un 9% SI.

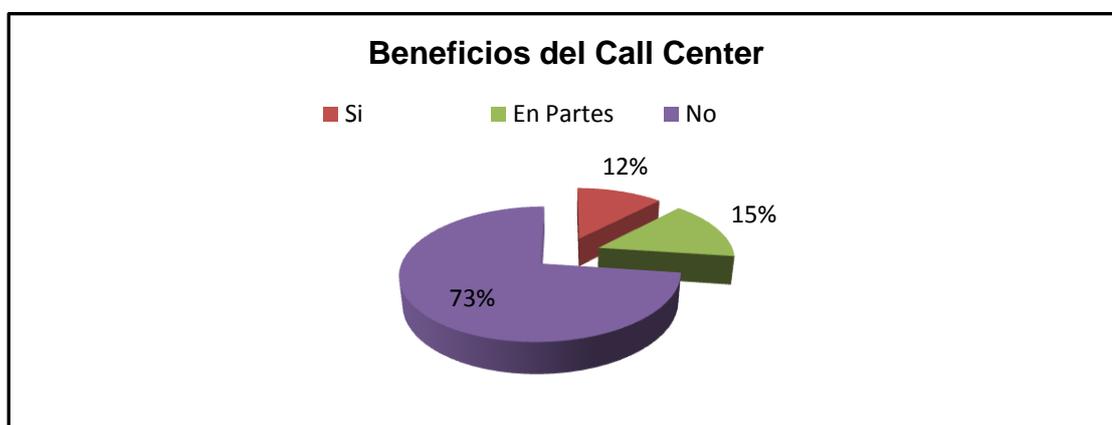
El sistema call center tiene como objetivo, facilitar al usuario la reservación de una consulta, evitando la aglomeración de pacientes en los exteriores del hospital desde tempranas horas del día, lamentablemente en su gran mayoría desconocen lo beneficioso que es este sistema.

Pregunta 14: ¿Sabía usted que el call center (vía telefónica) reduce el tiempo de espera previa a la consulta?

Cuadro # 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	12%
En partes	38	15%
No	315	73%

Gráfico # 14



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De los 387 encuestados, el 73 % de los usuarios manifestaron NO conocer, mientras que 15% dice EN PARTES y un 12% SI.

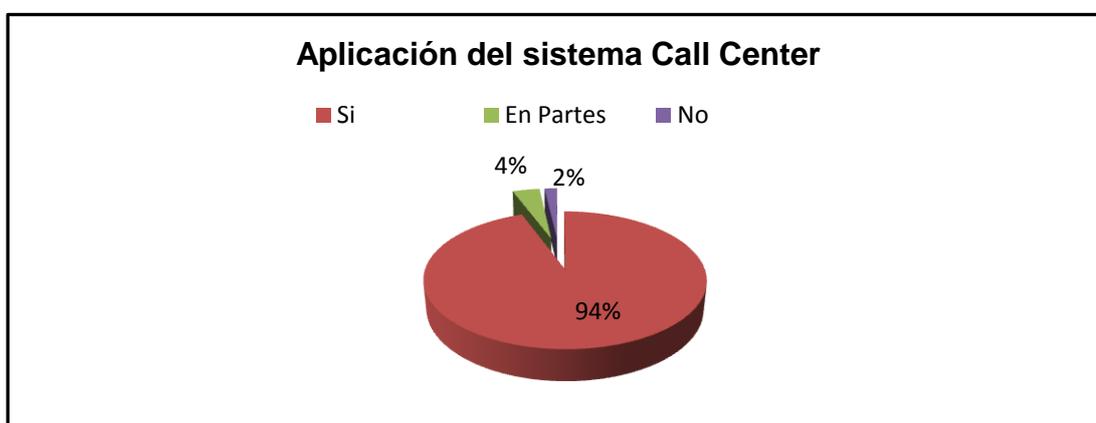
En su mayoría, los usuarios desconocen los beneficios que este sistema ofrece son múltiples entre los que podemos mencionar; el usuario puede reservar de una consulta médica con 24 horas de anticipación.

Pregunta 15: Considera usted que es necesario la aplicación del sistema call center en esta casa de salud.

Cuadro # 15

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	94%
En partes	15	4%
No	4	2%

Gráfico # 15



Fuente: Usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez

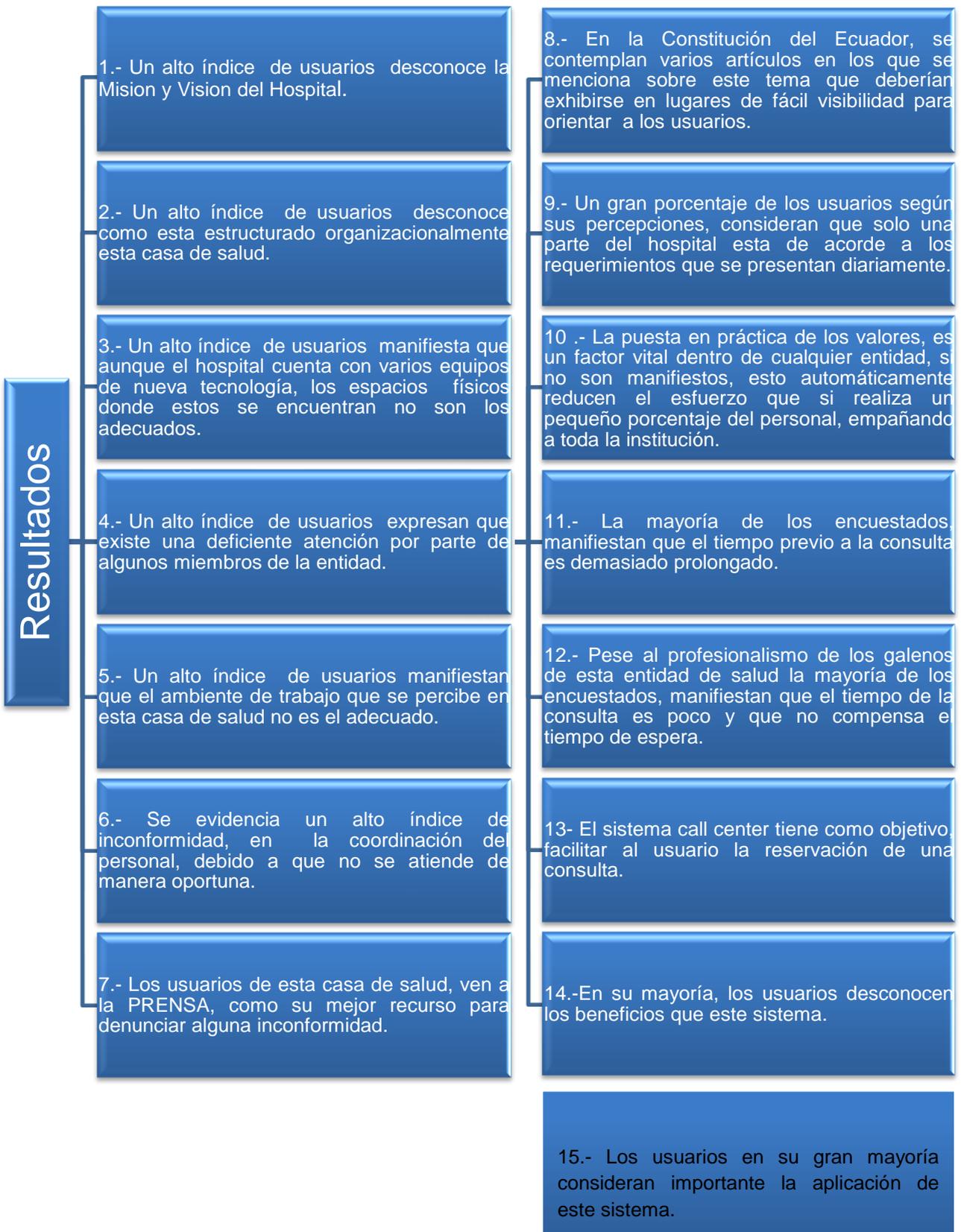
Autor: Armando Zamora Reyes.

Fecha: Abril/2011

Análisis e interpretación:

De los 387 encuestados, el 94% de los usuarios manifestaron que SI es necesario, mientras que 4% dice EN PARTES y un 2% NO.

Los usuarios en su gran mayoría consideran importante la aplicación de este sistema.



Conclusiones y recomendaciones

Los resultados que dan las encuestas reflejan la necesidad de implementar un plan mediático de mejoramiento continuo para el personal que presta sus servicios en esta casa de salud, de igual manera se debe realizar mejoras en la infraestructura física en algunas áreas como:

- La implementación de una sala de espera digna, aclimatada y con un proyector de videos donde se dé a conocer los beneficios que esta institución presta.
- Readecuación de espacios físicos para optimizar el manejo de los equipos con nuevas tecnologías.
- Implementación del sistema Call Center, el mismo que reducirá el tiempo de espera previa la consulta, evitando de esta manera la aglomeración de usuarios desde tempranas horas.

Cabe señalar la importancia de realizar una campaña de concienciación, a través de los diferentes medios de comunicación, mediante spots publicitarios, que mencionen en primer lugar, el valor de tener un trabajo seguro e incentivar al servidor público, a empoderarse de la institución para la que trabaja, a efectos de brindar una buena atención, con calidad y calidez como lo contempla la Constitución.

CAPITULO IV

LA PROPUESTA.

TÍTULO.

Campaña de difusión para el mejoramiento de los servicios públicos de la provincia de Santa Elena. “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**”

JUSTIFICACIÓN.

De acuerdo al presente estudio hemos determinado que la gran mayoría de los usuarios, perciben una deficiente atención en los servicios que prestan muchas entidades públicas.

Por lo que este trabajo, ha sido dirigido al área de salud, es así que se tomó al Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas, entidad de la que constantemente se receipta inconformidad, a través de los medios de comunicación social de nuestra Provincia, lo que motivó a realizar en primer lugar, un sondeo de opinión, desde el lugar de los hechos, con los protagonistas de la información, me refiero a los usuarios, al público interno y externo de esta casa de salud.

Es importante e indispensable aplicar las estrategias que sean necesarias para empezar a enrumbar un cambio positivo, en esta problemática que se presenta diariamente. Es indudable que no es nuestra Provincia, ni nuestro País, quienes tenemos esta gran problemática; de igual manera cabe mencionar que se ha realizado ya diversos planes para mejorarla, pero en las entidades de nuestra provincia no existe una campaña como la que se expone, por lo cual, la Universidad Estatal Península de Santa Elena a través de la carrera de Comunicación Social, mediante esta propuesta, sería la pionera en impulsar una actitud de cambio, en la ganamos todos.

La campaña “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**”, busca dar a conocer a todo el público en general, pero especialmente a los usuarios de las entidades públicas, la importancia de hacer respetar nuestros derechos, busca dar cumplimiento a lo que la Constitución en su artículo 362 expresa, tener una atención de calidad y calidez.

DIAGNÓSTICO.

Esta problemática se evidencia en diversas entidades del sector público de nuestra Provincia, aunque unas han adoptado el sistema de calificación, en la que el usuario, luego de recibir atención, podrá apreciar como fue atendido, (S.R.I., C.N.T. son algunas que cuenta con este sistema), otra manera de receptar las percepciones de los usuarios, es mediante los buzones colocados en las recepciones de las entidades, (Gobernación, Prefectura, Dirección de Educación, también cuentan con este sistema).

Sin embargo, los resultados que se esperaban, no han sido los esperados ni mucho menos han alcanzado las metas para lo que fueron creadas, en la pregunta número siete del presente trabajo dice: ¿Cuando los servicios que brinda el hospital no satisfacen sus necesidades, a que instancias recurre?, a lo que respondieron, de las 387 personas encuestadas, el 54 % recurre a la Prensa, mientras que 22 % acudiría a la Dirección del hospital, un 19% a la Dirección de salud, en tanto un 5% a la defensoría del pueblo.

Los usuarios de esta casa de salud, ven a la PRENSA como su mejor recurso para revelar alguna inconformidad, manifiestan que a través de ella, sus denuncias tienen más eficacia que otras instancias.

Es por ello que sea establecido dentro del impacto que se espera con esta propuesta, alcanzar un 80% de ciudadano y ciudadanas que reconozcan sus derechos al recibir un servicio público, y un en

20%, mejorar la atención a los usuarios por parte de quienes laboran dentro de las entidades.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA PROPUESTA.

Varios autores de este tema manifiestan que las percepciones y respuestas que abarcan el Clima Organizacional se originan en una gran variedad de factores. Unos abarcan los factores de liderazgo y prácticas de dirección (tipos de supervisión: autoritaria, participativa, entre otras).

Otros factores están relacionados con el sistema formal y la estructura de la organización (sistema de comunicaciones, relaciones de dependencia, promociones, remuneraciones, entre otras.). Otros son las consecuencias del comportamiento en el trabajo (sistemas de incentivo, apoyo social, interacción con los demás miembros, entre otras.).

“Otra definición de Clima Organizacional puede ser la cualidad o propiedad del ambiente organizacional, que perciben o experimentan los miembros de la organización, y que influyen en su comportamiento. Para que una persona pueda trabajar bien debe sentirse bien consigo mismo y con todo lo que gira alrededor de ella y entender el ambiente donde se desenvuelve todo el personal”²⁹.

Un buen clima o un mal clima organizacional tendrá consecuencias para la organización a nivel positivo y negativo, definidas por la percepción que los usuarios tienen de la organización.

Entre las consecuencias positivas podemos nombrar las siguientes: logro, afiliación, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, entre otras.

²⁹ WERTHER, William- DAVIS, Keith, Administración de personal y recursos humanos.

Mientras que las negativas indudablemente serían todo lo contrario a lo antes mencionado y a eso se suma la imagen que se lleva el usuario de la institución, eso se convierte automáticamente en un agente multiplicador.

La atención a usuarios se ha constituido en el escaparate de los departamentos de sistemas de información, siendo el principal garante de dicha actividad. Diseñar, desarrollar e implantar correctamente los desarrollos, equipamientos, entre otros, es totalmente necesario, pero ya no suficiente, además de esto, el usuario debe percibir, en primera persona que está siendo bien atendido, en definitiva, debe saber que puede esperar y que nivel de servicio está obteniendo.

SOCIOLÓGICA.

Un pueblo que ignora o que simplemente no hace prevalecer sus derechos es un pueblo que siempre vivirá siendo atropellado, pero la problemática radica esencialmente en la falta de concienciación de las personas, pues si observamos en otras provincias, con culturas diferentes a las nuestras, (pueblo indígena), hoy en día ha alcanzado un alto nivel de respeto por parte de las autoridades, tanto así que cualquier ley que ellos quieren imponer lo logran por el espacio que se ha ganado.

Ese espacio aun no lo gana el peninsular, pues con el dilema que el “cholo”, es humilde, sencillo se lo ha mal interpretado con sumisión, puesto que casi siempre se nos imponen autoridades que no son de nuestra Provincia, y con la llegada de ellos vienen también sus colaboradores o personas de confianza. Esta cosmovisión tiene que ser erradicada paso a paso y poco a poco como lo lograron los indígenas.

LEGAL.

Amparado en lo que estipula la Constitución del Ecuador 2008, con lo que respecta a los servicios sector público, refiriéndose al nivel de satisfacción de los usuarios, el artículo 53 menciona que:

Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados³⁰.

Mientras que el artículo 362 menciona que;

“Los servicios de salud serán seguros, de calidad y calidez,..”

Lo que lamentablemente según las encuestas se aplica parcialmente en varias entidades públicas y especialmente las del área de salud.

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.

OBJETIVO GENERAL.

- Concienciar al personal del sector público para mejorar el trato a los usuarios.

³⁰Constitución del Ecuador 2008

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Coordinar acciones con los diferentes medios de comunicación para la realización efectiva de la campaña, “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**”
- Realizar los spots para la ejecución de la campaña.
- Difundir los spots de la campaña durante seis meses para mejorar el trato a los usuarios.

FACTIBILIDAD DE LA PROPUESTA.

Financiera.

Los costos que se generarán para la realización de la propuesta son considerables, puesto que un gran proyecto de transformación implica una gran inversión, sin embargo se ha establecido como estrategia vincular varias entidades públicas y privadas, quienes brindaran su contingente para la misma, se muestra el cuadro de costos:

Actividad	Valor
Elaboración de guiones	\$ 300.00
Costos de producción	\$ 500.00
Movilización	\$100.00
Material discográfico	\$ 50.00
Gastos varios	\$ 300.00
Total	\$1250.00

Presupuesto estimado para la realización de la propuesta.

El financiamiento se buscara a través de entidades públicas que tengan el compromiso social y el interés de mejorar la calidad de sus servicios, la empresa privada para la producción; siendo una acción conjunta de las distintas radios, esta acción disminuirá los costos de producción y de difusión.

Otra manera de disminuir los costos se hará mediante solicitud a la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal Península de Santa Elena para que brinde su aporte en la producción de los spots publicitarios con estudiantes de esta carrera.

LEGAL.

La Constitución tipifica en el artículo 54, en la sección novena, de las personas usuarias y consumidoras que;

Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo serán responsables civil y penalmente por la prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la condición que incorpore...³¹

Por tanto la presente propuesta se apega a Derecho conforme está establecido en la Constitución.

TÉCNICA.

La campaña se sustentará en la coordinación de varias radios de la Provincia, que aportaran con el equipo tecnológico y recurso humano,

³¹Constitución de la República de Ecuador

para la difusión de los spot de la campaña, “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**” (VER ANEXO 2).

Para la elaboración de los guiones, se contará con el aporte de cinco estudiantes de la carrera de comunicación social.

En tanto que la voz oficial de los mismos estará a cargo del reconocido Gonzalo Burgos Ascencio, de la productora gjproducciones y quien ha realizado varios spot publicitarios de la Presidencia de la República, para la provincia a la Prefectura de Santa Elena y Municipio de La Libertad.

Los spot contarán además con las voces de varios comunicadores sociales de los diferentes medios de comunicación social de nuestra provincia, con la finalidad de comprometerlos para su respectiva difusión.

DE RECURSOS HUMANOS.

Los profesionales y colaboradores que participan en la campaña: “**Una buena atención, ganamos todos..!!!**”, son personas vinculadas por su vocación de servir a la comunidad peninsular sin el interés personal de lucro. A continuación la nómina de los participantes.

N°	Participantes	Cargo
1	Armando Zamora Reyes	Director de la campaña
2	Gonzalo Burgos Ascencio	Voz oficial de los spots
3	Cinco	Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social (Voces secundarias)
4	Cinco	Locutores de Radios (Voces secundarias)

Nómina de participantes para la realización de la propuesta.

POLÍTICA.

Existe el interés del Gobierno Nacional en impulsar el mejoramiento en cuanto al trato que se tiene que dar a todos y todas las personas que acuden a las entidades del sector público, muestra de aquello son los diversos sistemas instaurados en las instituciones, que han tenido cambios significativos, pero que no han alcanzado los objetivos esperados, por parte del Gobierno, ni mucho menos de los usuarios.

Durante unos meses el Ministerio de Relaciones Laborales difundió unos spot televisivos, en los que se hacía énfasis a esta problemática, aun no se sabe porque ya no está al aire mencionada campaña, lo que en realidad se busca a través de la presente propuesta, es alcanzar las metas ya trazadas y en base a eso coordinar con los entes interesados en mejorar la atención a los usuarios, para en lo posterior lanzarlo a nivel nacional.

La responsabilidad social que tenemos esta generación de comunicadores va más allá de estar detrás de un micrófono o una cámara de televisión, pues en esta época eso tiene que ser diferente, nuestro verdadero rol es ser mediadores de conflictos que se presentan diariamente en nuestro entorno.

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

La presente propuesta es una campaña agresiva que será difundida en varias radios de la provincia de Santa Elena, que en coordinación emitirán una serie de spot grabados, con la finalidad de mejorar la atención a los usuarios de los servicios públicos, a continuación se expone la lista tentativas de radios participantes.

N°	Radio	Dial
1	Amor	89.3
2	Antena 3	91.7
3	Voz de la Península	93.3
4	La Chola	94.1
5	Canal	96.1
6	Playera	100.1
7	Candente	102.5
8	Récord	105.3
9	Caracol	105.7
10	Paraíso	106.5

Nómina de las radios participantes para la realización de la propuesta.

N°	Actividad	Responsable
1	Elaboración de los guiones	Cinco estudiantes de la Carrera de Comunicación Social
2	Grabación de los spot	Gonzalo Burgos Ascencio
3	Complementación de los spot	Cinco comunicadores sociales de la Provincia
4	Difusión de la campaña	Diez medios de comunicación de la Provincia.

Actividades previas a la realización de la propuesta.

N°	Actividad	Objetivo
1	Elaboración de los guiones	<ul style="list-style-type: none"> • Dar inicio a nuestra campaña, estará enfocará en la problemática encontrada a través de la investigación realizada.
2	Grabación de los spot	<ul style="list-style-type: none"> • Cristalizar la campaña aquí es donde se utilizará los guiones.
3	Complementación de los spot	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la campaña con voces conocidas de cinco comunicadores social de la Provincia
4	Difusión de la campaña	<ul style="list-style-type: none"> • Propagar la campaña mediante diez medios de comunicación de la Provincia.

Objetivos de las actividades de la propuesta.

IMPACTO.

- 10 radios de la Provincia comprometidas en esta propuesta de carácter social.
- 80% de ciudadano y ciudadanas reconocen sus derechos al recibir un servicio público.
- Mejorar en un 20% la atención a los usuarios que requieren de los servicios públicos.

BIBLIOGRAFÍA.

- 1.- PAREDES, Gonzalo? Como desarrollar una tesis, Editorial S&S, Ecuador, 2010.
- 2.- HERNÁNDEZ, Roberto, Metodología de la investigación, Editorial Mc Graw Hill, México, 1997.
- 3.- PETER, Tom, Gestionar con imaginación, Editorial Deusto, Barcelona, 2006.
- 4.- PORTER, Michael, Estrategia y ventaja competitiva, Editorial Deusto, Barcelona, 2006.
- 5.- HESSELBEIN, F. El líder del futuro, Editorial Deusto, Barcelona, 2006.
- 6.- KLOTTER, Philip, Los 10 pecados capitales del marketing – Inicios y soluciones, Editorial Deusto, Barcelona, 2004.
- 7.- O´CONNOR, Michael, Administración por valores, Editorial Norma, 1997.
- 8.- VEGA, R, La creatividad de nuevo, Vol.473.
- 9.- GERSON, Richard. Como medir la satisfacción del cliente: mantengan la lealtad para siempre. 1993 Estados Unidos de América.
- 10.- MARCOS, Cobra, Marketing de Servicio.
- 11.- WERTHER, William- DAVIS, Keith, Administración de personal y recursos humanos.
- 12.- JENICEK, Milos; Cléroux, Robert. Epidemiología: principios, técnicas y aplicaciones. España 1,987 ed. SALVAT pág., 111 – 120.
- 13.- PIURA, Julio. Introducción a la metodología de la investigación científica, Managua 2,000 Ed. 4ta, pág., 123 – 143.

ANEXOS

ANEXO 1. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - CUESTIONARIO DE ENCUESTA.



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y LA SALUD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Encuesta dirigida a usuarios del Hospital José Garcés Rodríguez del cantón Salinas.

La información que usted proporcione será útil para determinar la satisfacción de los servicios que esta casa de salud presta.

	Si	En partes	No
1.- ¿Conoce usted la misión y visión del hospital?			
2.- ¿Sabe usted cuál es el organigrama de esta casa de salud?			

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Deficiente
3.- ¿Cómo califica usted el servicio que presta esta entidad de la salud?				
4.- ¿Cómo califica la atención que recibe cuando acude al hospital?				
5.- ¿El ambiente de trabajo que observa en esta casa de salud es?				
6.- ¿Cómo califica la coordinación del personal que labora en esta institución?				

7.- ¿Cuándo los servicios que brinda el hospital no satisfacen sus necesidades, a que instancias recurre?

- Dirección de Salud
- Director del Hospital
- Defensoría del Pueblo
- Prensa

	Si	En partes	No
8.- ¿Conoce usted sus deberes y derechos como usuarios en los servicios de salud?			
9.- ¿La estructura física está de acorde a los requerimientos que se presentan diariamente?			

10 ¿Cuáles son los valores que ha observado en el personal que labora en el Hospital?

- Puntualidad
- Hospitalidad
- Amabilidad
- Cortesía
- Ninguno

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Deficiente
11.- ¿Cómo califica el tiempo de espera para recibir atención?				
12.- ¿Cómo califica el tiempo de atención recibida?				

	Si	En partes	No
13.- ¿Sabía usted que a través del call center (vía telefónica) se puede solicitar cita médica?			
14. ¿Sabía usted que el call center (vía telefónica) reduce el tiempo de espera previa a la consulta?			
15.- Considera usted que es necesario la aplicación del sistema call center en esta casa de salud			