



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS COMO APOYO EN LA
GENERACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOSPITAL DEL
NIÑO, LIMA 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

ARGOTE ENRIQUEZ, Claudia Roxana

ASESOR:

Mag. Smith Corrales, César A.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima – Perú
2018



ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

Código : F07-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (ña)
..... ARGOTE ENRIQUEZ CLAUDIA

cuyo título es: ".....
..... ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS COMO APOYO EN LA
..... GENERACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOSPITAL DEL
..... NINO, LIMA 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas
por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 12 (número)
..... DUCE (letras).

Lima, 06 de diciembre de 2018.



[Signature]
.....
PRESIDENTE

[Signature]
.....
SECRETARIO

[Signature]
.....
VOCAL

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

JURADO CALIFICADOR

Mg. César Smith Corrales

PRESIDENTE

Mg. Hilmer Luna Victoria Cabrera

SECRETARIO

Mg. Luis Tarmeño Bernuy

VOCAL

Señores miembros del Jurado

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, presento ante ustedes la Tesis titulada “Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

Claudia Argote Enriquez

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Claudia Roxana Argote Enriquez con DNI N°71428937, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Ciencias de la Comunicación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

De la misma manera, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de diciembre del 2018

Claudia Roxana Argote Enriquez

A mis padres porque son lo más importante en mi vida y siempre estuvieron conmigo apoyándome en todo momento, a mi familia porque desde el primer momento su apoyo fue incondicional y a mi madrina porque sus enseñanzas me ayudaron a no rendirme.

Quiero agradecer al Hospital del Niño porque es increíble la gran labor que cumplen para los niños, gracias a la organización por el apoyo para lograr este trabajo.

PRESENTACIÓN

Esta tesis titulada “Estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018” nos trata de explicar como es que esta entidad pública utiliza sus estrategias para conseguir ayuda a sus pacientes y a la comunidad que son para personas menores de 18 años. Esta institución utiliza tanto sus relaciones interpersonales como sus relaciones corporativas para buscar la manera de ayudar y darles una mejor calidad de vida a su público.

Consta de 6 capítulos los cuales son: el primer capítulo es la introducción que consta de la aproximación temática relacionada a una teoría cercana al tema tratado, marco teórico donde se hablará sobre las definiciones de las variables y dimensiones, formulación del problema tanto como generales y específicas al igual que en los objetivos, el supuesto; como segunda parte tenemos al método que consta del diseño de investigación, métodos de muestreo, rigor científico, aspectos éticos; como tercera parte es la descripción de los resultados obtenidos; discusión, conclusiones sobre toda la información recaudada y recomendaciones.

RESUMEN

Esta investigación tiene como título: “Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018”, se tuvo como objetivo explicar el proceso de las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño que generan responsabilidad social, Lima 2018.

Los resultados de la entrevista realizada se concluye que las relaciones interpersonales y corporativas contribuyen a generar acciones de filantropía para los pacientes y comunidad del hospital del Niño, a su vez genera acciones socialmente responsable mediante la ayuda de organizaciones, personas comunes y las distintas áreas que conforman el hospital.

La comunicación ha sido un punto clave para que el Hospital del Niño conjuntamente con médicos externos, organizaciones públicas y privadas logren una ayuda en beneficio de los pacientes y comunidad. Cabe señalar que al realizarse las ayudas a comunidades, el mismo hospital conjuntamente con otras organizaciones realizan mediante campañas médicas dirigiéndose al lugar y los que necesitan ser trasladados son llevados a Lima para las atenciones correspondientes.

Palabras claves: estrategias, responsabilidad social, pacientes, comunidad

ABSTRACT

This research has the title: "Public relations strategies as support in the generation of social responsibility of the Hospital del Niño, Lima 2018", aimed to explain the process of public relations strategies of the Children's Hospital that generate social responsibility, Lima 2018.

The results of the interview concluded that interpersonal and corporate relationships contribute to generating philanthropic actions for patients and the community of El Niño hospital, in turn generating socially responsible actions through the help of organizations, ordinary people and the different areas that make up the hospital.

The communication has been a key point for the Children's Hospital together with external doctors, public and private organizations to obtain help for the benefit of patients and the community. It should be noted that when aid is given to communities, the same hospital together with other organizations carry out medical campaigns by going to the place and those who need to be transferred are taken to Lima for the corresponding care.

Keywords: strategies, social responsibility, patients, community

INDICE

Página del Jurado.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Declaratoria de Autenticidad.....	VI
Presentación.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
I.- INTRODUCCIÓN	
1.1.- Aproximación temática.....	11
1.2.- Marco teórico.....	15
1.3.- Formulación del problema.....	20
1.4.- Justificación del estudio.....	21
1.5.- Objetivos del trabajo de investigación.....	22
1.6.- Supuesto.....	23
II.- MÉTODO	
2.1.- Diseño de investigación.....	23
2.2.- Métodos de muestreo.....	23
2.3.- Rigor científico.....	26
2.4.- Análisis cualitativo de los datos.....	26
2.5.- Aspectos éticos.....	27
III.- DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	
3.1.- Transcripción de resultados.....	27
IV.- DISCUSIÓN.....	52
V.- CONCLUSIONES.....	54
VI.- RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS	
ANEXOS	

I - INTRODUCCIÓN

1.1. APROXIMACIÓN TEMÁTICA

El sector público es el espacio con mayores carencias, pese a la dedicación de los trabajadores profesionales, administrativos y de servicio. Con el paso de los años las organizaciones se han sensibilizado con las necesidades sociales, algunas de manera independiente y otras por medio de alguna red como es el caso de la denominada asociación Perú 2021. Esto sucede mayormente en los ámbitos ambiental, educativo y salud, que es donde se enfoca la presente investigación.

Algunas empresas privadas han orientado su atención de ayuda hacia estas organizaciones, pero generalmente de una manera aleatoria o poco planificada en la focalización de sus prioridades.

En nuestro país existen cerca de 1544 entre hospitales públicos y postas, de las cuales el 79% no se encuentra en condiciones aptas como el equipamiento básico o el personal médico (diario La República, 2016). Cabe recalcar que día a día se escuchan comentarios negativos de estos por la atención, equipos deficientes o falta de personal.

El Hospital del Niño no escapa a esta realidad, existen una serie de organizaciones prestas a colaborarle, fundamentalmente porque las dolencias en un menor de edad se duplican en la sociedad por ser los más vulnerables.

Los hospitales tienen establecido una función social por su propia naturaleza, pero adicionalmente algunas adicionalmente quieren y están enfocadas en darles una mayor y mejor atención por compromiso de los médicos, paramédicos y personal administrativo.

Como se ha mencionado, las empresas e instituciones comienzan a asumir el compromiso de hacer menos dificultoso la mejora de la salud proporcionando recursos materiales, participando en voluntariado, asistiendo clínicamente con especialistas en temas de salud, pero la inquietud es que quiénes mejor conocen sus propias necesidades es el propio hospital. Promover y sensibilizar a la gente de acuerdo a sus prioridades es una tarea que no se puede hacer de la noche a la mañana y merita de una acción inteligente, en otras palabras de estrategias de acercamiento, es decir de relaciones públicas.

No es fácil porque muchas de ellas no cuenta con recursos suficientes para lograrlo, es por ello que se quiere demostrar que la existencia de estrategias en las cuales las organizaciones públicas se pueden apoyar y así generar responsabilidad social.

Al referirnos sobre responsabilidad social se comienza a enfocar como un aspecto de gestión organizacional que ha dejado de ser atingente a las organizaciones privadas para que las públicas sean parte de ello, ampliando completamente su objetivo establecido

¿Pero cómo es que ellas podrían generar responsabilidad social? ¿Cuáles son las acciones o estrategias que utilizan para fomentarlo? Al referirnos de ello nos centramos en los procesos relacionales y comunicacionales de relaciones públicas.

Esto merece, de acuerdo a las necesidades, identificar grupos o personas que puedan aportar estableciendo acciones, técnicas y objetivos. Las relaciones públicas cuentan con una serie de medios que pueda tender puentes y promover acercamientos. Puede ser la realización de visitas guiadas, ferias sociales, publicaciones, mesas de diálogo, etc., además de las redes sociales, tecnología de bajo costo y gran impacto.

Por su parte, algunas empresas prefieren realizar relaciones interpersonales, se involucran más en estar físicamente que ayudando a crear y fortalecer vínculos de estrecha confianza entre los trabajadores o persona relacionada al rubro.

Relaciones públicas y responsabilidad social, estas dos palabras aunque parezcan distintas tienen una relación ya que sin una de ellas no se podría lograr el objetivo que establece la organización para reducir sus necesidades.

Este trabajo permitirá conocer que más allá de tener una función establecida, se pueden crear otras estrategias y utilizarlas para la mejora de la organización permitiendo que los servicios y la imagen institucional mejoren, generando confianza entre sus emisores y receptores.

Al respecto hay una serie de investigaciones que nos ayuda a la comprensión de este proceso de la gestión de estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social. Por ejemplo, Catalina Ortiz (2010), en su tesis “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO BASE DE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE HZX”. Esta es una organización dedicada a suministrar productos, servicios y soluciones integrales para la exploración y producción de petróleo y gas en el país de Colombia; la investigación se orientaba por

el interés de conocer a fondo las implicaciones de la intervención social; el objetivo de dicha investigación era estudiar y demostrar si la responsabilidad social de la empresa estaba alineada con el objetivo del negocio a su vez investigar los diferentes conceptos, los compromisos, las acciones y las ideas que contribuyen a la adecuada implementación de una verdadera intervención social; se utilizó el método cualitativo de tipo descriptivo, llegando a la conclusión que dicha empresa reconoce la responsabilidad social para el bien hacia el país, para ellos la responsabilidad social es la razón de su negocio e indispensable en la vida de cada empresa.

Muchas veces existen organizaciones que realizan responsabilidad social con la comunidad pero no con sus trabajadores. El trabajo aporta un análisis mucho más claro en relación a la responsabilidad social ya que demuestra su gestión interna y nos asocia a los pacientes y comunidades refiriéndonos a nuestros principales públicos pero la diferencia de la tesis orientada al hospital del Niño es que involucra a otros actores sociales y bajo un enfoque cualitativo de nivel fenomenológico, es decir, buscando entender el proceso de la gestión de la responsabilidad social desde la perspectiva de otra manera del beneficiario y de la organización de salud como intermediario.

Igualmente Rossana Lapa (2014) en su tesis “LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL FRENTE A LA COLECTIVIDAD LABORAL EN EL PERÚ”; plantea el problema de las consecuencias que puede generar la no aplicación de la responsabilidad social empresarial en la colectividad laboral. El diseño utilizado fue el método de elección discreta concluyendo que la RSE es cada vez más importante para la competitividad de las empresas. Las organizaciones socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores.

Además, al combinar ganancias con principios, la RSE crea situaciones siempre ventajosas para la empresa y para la sociedad. El éxito de la RSE se basa en el diálogo con un amplio abanico de interlocutores (llamados "stake - holders").

El trabajo aporta un enfoque donde la aplicación de la responsabilidad social genera un ambiente más confortable. Si bien es cierto el presente trabajo demuestra que la responsabilidad social genera competitividad, en este caso crea un beneficio más que una ganancia. Lo que busca el Hospital del Niño es la mejora de cada paciente, más no la ganancia plena que pueda recibir por dicha ayuda, recordemos que las ayudas realizadas no han tenido un costo por lo que se vuelve una acción filantrópica.

Se puede tener una buena responsabilidad social pero la herramienta primordial para todo es la comunicación, ya que sin ella no existiría un acuerdo favorable.

Además Fernanda Landaeta Millar, Lorena Saavedra Morales y Orlando Stevens Rodríguez (2015) en su tesis “RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA CHILENA: UNA REVISIÓN A LA REALIDAD ACTUAL”, percibida por las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Chile, planteó el problema de cómo los nuevos descubrimientos sobre la Pyme y la RSE en una economía en donde este tipo de empresas considera una fuente importante de trabajo y crecimiento, el objetivo fue diagnosticar la situación actual de las pequeñas y medianas empresas chilenas con respecto a sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial y su influencia en Reputación Corporativa. La metodología fue cuantitativa, exploratoria y transversal y se pudo concluir que la Responsabilidad Social Empresarial ha adquirido relevancia en los últimos años, debido al impacto de las acciones que las empresas realizan tienen en su medio. A raíz de esto, es de especial interés el estudio de esta práctica en la pequeña y mediana empresa, debido a la preponderancia en la economía chilena, al generar más del 90% de empleos.

El trabajo aporta el impacto que tienen en relación a la responsabilidad social, ya que no se necesita ser una empresa grande ni con recursos económicos elevados para realizar beneficio a sus distintos públicos, muchas de estas son grandes o pequeñas empresas de las cuales día a día luchan por dar una mejor atención a sus públicos. Cabe recalcar que el Hospital del Niño tiene como acciones sus relaciones corporativas e interpersonales que permite que la ayuda sea más personal creando vínculos con otras empresas u organizaciones.

TEORÍA DE LA INFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

Postulada por Weick y basada en los trabajos de Shannon y Weaver señala que: “su acción se centra más en el proceso de organizar a los miembros de una organización para que gestionen la información en vez de centrarse en la estructura misma” (Fernández y Galguera, 2009, p.67).

Además nos indica que:

(...)enactment, que significa poner en acto, es decir, para subrayar el rol activo de los miembros de la organización en la generación de su entorno, dado que este no es exógeno y

podemos cocrearlos por medio de nuestros actos de observación y decidir que nos importa o preocupa (Fernández y Galguera, 2009, p. 68).

En este sentido la teoría nos explica que las organizaciones buscan mejorar su situación, asumen una acción manifiesta a partir de observar el estado actual, las carencias para cumplir su objetivo. Entonces tienen que evolucionar en base al procesamiento de la información sobre su realidad y utilizarla para su futuro, que en salud es su propio presente.

MODELO CULTURAL DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

La teoría señala que cada una de las organizaciones nace de una propia cultura establecida y a su vez toda organización desarrolla su propia cultura, utiliza otras culturas para formar la suya.

Por su lado Fernández y Galguera (2009) indica que:

La cultura se establece a partir de la observancia de los símbolos; por la formación y preservación de la imagen pública; por la consecución y mantenimiento de un clima favorable; por la preocupación de aspectos sectoriales o de públicos; por la aplicación de sistemas socios técnicos. (p.17)

La relación que existe entre la cultura social y la cultura de la organización ayuda para que exista un mejor ambiente laboral entre sus miembros y facilita el trabajo. No olvidemos que la responsabilidad social es parte de la cultura de una organización y permite la existencia de diversas técnicas de relaciones públicas.

1.2. MARCO TEÓRICO ESTRATEGIAS

Aquellas técnicas que utiliza cada empresa u organización para llegar a un determinado propósito, esto a su vez va de la mano con el objetivo planteado pero este término viene de tiempos de antaño.

María Aparecida (2012) en su libro “Gestión de relaciones organizacionales para el éxito de las organizaciones” afirma que:

Es un término asociado a las operaciones castrenses que ha pasado a ocupar el interés de muchas personas, incluso el de los profesionales de relaciones públicas, de los gestores, por la popularidad de la obra **El arte de la guerra**, de Sun Tzu, un clásico sobre la estrategia adoptada en situaciones militares, que ha servido de inspiración al mundo de los negocios. En el arte militar, estrategia significa la coordinación de las operaciones y movimientos de un ejército para resolver con ventaja un conflicto, o la defensa de una nación de sus

enemigos (p. 184).

Por otro lado Cristina Ocampo (2011) en su libro “Comunicación Empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial” nos señala que:

La estrategia es una propuesta de solución dado que pretende “dar camino”, concepto que difiere del plan...Con esta claridad diremos también entonces que “busca dinamizar la gestión” es decir, pretende generar dinámicas para que la organización se encamine hacia el cumplimiento de sus objetivos (p. 62).

Entonces podemos decir que la estrategia se realiza para un tiempo determinado, es decir cada acción que se realiza se propone una nueva estrategia para la realización de ella.

RELACIONES PÚBLICAS

DEFINICIÓN

Las relaciones públicas han logrado promover la imagen pública de las organizaciones y de las personas, esto ayuda mediante el trato directo con las distintas entidades.

Manuel Palencia (2011) en su libro 90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas dice que Rex Harlow la conceptualiza, después de analizar 472 definiciones:

Función gerencial que ayuda a establecer y mantener líneas de mutua comunicación, aceptación y cooperación entre una organización y su públicos; ayuda a mantener informada a la opinión pública y a despertar su interés; define y enfatiza la responsabilidad de la gerencia para servir el interés público; propicia una gerencia actualizada, al día y efectivamente dispuesta al cambio, útil como sistema de advertencia para anticipar tendencias; y utiliza la comunicación basada en la investigación, el rigor y la ética como su principal herramienta (p. 36).

ACTUACIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Las relaciones publicas tiene varios espacios en lo largo de las distintas ramas de las ciencias sociales, sin embargo hay una que sobresale o mejor dicho donde se utiliza con más notoriedad ayudando a velar los intereses sociales propios de una empresa.

Según Manuel Palencia (2011) las relaciones públicas permiten el mejor funcionamiento de la sociedad ya que es considerada hoy en día como muy compleja y pluralista debido a las diferentes culturas. Permite un mejor funcionamiento y una buena toma de decisión y a su vez genera un entendimiento entre los grupos que conforman la organización mediante sus intereses.

El solo hecho de usar instrumentos de comunicación para facilitar la práctica de las relaciones públicas nos ayuda para alcanzar una comprensión mucho más capaz de poder establecer un mejor dialogo.

¿QUIÉNES INTERVIENEN EN LAS RELACIONES PÚBLICAS?

Los principales que intervienen son la persona u organización que fomenta la ayuda, es decir la que necesita la ayuda de otros para cumplir un objetivo y claro está la persona u organización que presta la ayuda ya sea de manera interesada o desinteresada. Esto se da gracias a las relaciones públicas ya que son un conducto por el cual se puede saber de alguna u otra manera cual es el tipo de ayuda que se necesita.

RELACIONES INTERPERSONALES

Las relaciones interpersonales juegan un papel muy importante en una organización, más aún cuando se toca el ámbito de la salud. En los hospitales se ha escuchado y observado que los médicos mediante sus contactos han logrado conseguir una ayuda de colegas externos para mejorar la calidad de vida de sus pacientes.

Según Arenas, Yañez y Ripoll (2009) en su revista El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general señala que:

Un componente fundamental de las relaciones interpersonales en el trabajo, es la confianza interpersonal (Tan & Lim, 2004). La confianza es un facilitador de la relaciones y las actitudes efectivas en el trabajo (Ferres, Connell & Travaglione, 2004). Basados en el modelo integrativo de la confianza (Colquitt, Scott & LePine, 2007), la confianza es, en gran medida, determinada por la confiabilidad y correspondería a la evaluación de los atributos personales en quien se va a confiar. Múltiples antecedentes pueden favorecer la percepción de confiabilidad, sin embargo, estudios recientes reconocen la existencia de tres amplios antecedentes de la confiabilidad: la competencia, benevolencia e integridad (Tan & Lim, 2009).

RELACIONES CORPORATIVAS

Los relacionistas corporativos se establecen a partir de directrices operacionales de la organización que permiten definir con qué públicos-esenciales o no-deberá interactuar para el éxito de sus actividades a corto, mediano y largo plazo (Aparecida, 2012, p. 118).

RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según Fernando Navarro (2013) en su libro Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica nos comenta que:

Se basa en la mejora continua que permite a la empresa ser más competitiva no a costa de, sino respetando y promoviendo el desarrollo pleno de las personas, de las comunidades en las que opera y del entorno. Es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente (p.71).

El hecho que la empresa realice responsabilidad social no es sinónimo de generar ventas, va más allá por el lado moral y de forma voluntaria en ayudar de manera transparente.

Según Flores, Lucien Matrat Presidente Fundador del Centro Europeo de Relaciones Públicas en 1951 fue el que propuso el balance social (instrumento para medir la responsabilidad social), en París (p. 251).

Muchas de las empresas lo consideran más como un fin lucrativo que de humanidad, antiguamente el concepto o la visión que se tenía sobre responsabilidad social era diferente; una empresa de carros fue una de las primeras que impulsó el inicio del cambio.

Gilli en su revista “Visión de futuro” nos habla acerca de la evolución de la responsabilidad social:

Es importante la responsabilidad del empresario frente a su personal. A comienzos del siglo pasado, Henry Ford percibió la necesidad de elevar el nivel de vida de sus empleados: decía que pagaba mejores sueldos que sus competidores para que sus operarios pudieran comprar los autos que ellos mismos fabricaban; en otras palabras desempeñó un rol activo para crear un entorno favorable para los negocios.

En realidad el enfoque tradicional no se ocupaba de la responsabilidad social de la empresa, sino de la responsabilidad social de los empresarios como consecuencia de su poder y su riqueza. Recién después de finalizada la segunda guerra mundial se asignó mayor relevancia a la contribución social de la empresa, pero sin modificar el eje de la cuestión: se esperaba que la empresa – y especialmente la gran empresa – contribuyese a obras de interés comunitario.

El punto de inflexión se produce en la década de 1960 cuando, como consecuencia de la preocupación de la sociedad por las cuestiones sociales, se extiende el concepto de

responsabilidad social a la empresa. En efecto se trata de una década donde se vivieron cambios sociales importantes que tuvieron su reflejo en las empresas, por ejemplo en temas como los derechos civiles de las minorías, la igualdad de oportunidades para la mujer, la protección del medio ambiente y los derechos de los consumidores.

Más que utilidades por parte de la empresa, es sentir y conocer que el beneficiario quedó satisfecho y con las necesidades cumplidas.

Según Moore y Canfield nos comenta que la responsabilidad social antiguamente se denominaba responsabilidad civil ya que abarcaba y sigue abarcando a las personas siendo de ámbito humanitario (p.485).

EL DEBATE ACERCA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Por su lado Milton Friedman señala que la función primordial es aumentar las utilidades mediante la responsabilidad social, al escuchar esto puede sentirse tan impactante a tal punto de pensar que no brinda propiamente una ayuda sino el intercambio con algo. Esto ha sido superado actualmente.

El Estado dejó de lado sus roles fundamentales que era apoyar a las organizaciones con bajos recursos, sin embargo otras empresas seguían creciendo y logrando objetivos.

ACERCA DE LA FILANTROPÍA

Se entiende como la donación o caridad que realiza una organización hacia una persona o grupo social y que busca atender una acción coyuntural.

Morera (2015) en su libro *Mecenazgo, relaciones públicas y filantropía: fendi for fountains* nos señala que:

La filantropía corporativa nace con el propósito de obtener beneficios sin engañar al público y contribuyendo al bienestar general, y engloba todas aquellas acciones que una empresa dedica a la sociedad en forma de tiempo, talento y recursos. Y lo hace desde tres ejes según lo sostenido por Palencia-Lefler Ors. (p. 69)

Muchas empresas colaboran con donaciones, cuando el objetivo es ayudar no es relevante si es una entidad pública o privada; mayormente este tipo de donación además de ser el no engañar al público algunos lo consideran anónimos.

SOCIALMENTE RESPONSABLE

Según Baltazar Caravedo (1999) en su libro *Lo social y la empresa a fines de siglo* nos señala que:

Es el tipo de relación que se caracteriza por poseer una visión de largo plazo de la localidad y la comparte con otros actores locales. De otro lado, invierte en acciones o proyectos sostenibles que generan beneficios para la empresa y la comunidad. Asimismo, invierte en sus trabajadores para mejorar su productividad, identidad y reputación (p. 55).

A diferencia de la filantropía, las acciones socialmente responsables generan una contribución tanto para la empresa como para el beneficiario; más que todo se relaciona con proyectos o iniciativas de desarrollo sostenible como es el caso del Hospital del Niño.

PACIENTE

Al escuchar la palabra paciente nos imaginamos aquella persona que tiene una dolencia y se encuentra en un hospital. El paciente al acudir a un centro de salud no solo pide que le den un tratamiento sino el de tener una buena atención para el cual poder recomendar y regresar en unas próximas veces, con la ayuda de los médicos se logra una mejor información.

Según el blog CCM nos comenta que: “El paciente designa a un individuo que es examinado medicamente o al que se administra un tratamiento. Proviene del verbo latino "pati", que quiere decir "el que sufre": el paciente es, pues, una persona que es curada”.

COMUNIDAD

En el caso del Hospital del Niño son personas menores de 18 años que forman parte de distintas zonas con pocos recursos, esta organización trata de darles una mejor atención con el apoyo de otras instituciones que brinden recursos más accesibles y poder trabajar de la mano.

Por ello María Aparecida (2012) en su libro *Gestión de relaciones públicas para el éxito de las organizaciones* menciona que:

Las organizaciones dedican cada vez mayor atención a la comunidad e intentan acercarse a ella mediante el patrocinio de actividades de beneficencia, culturales o comerciales; sea con el despertar de la conciencia de la responsabilidad social de la empresa que lucha, además,

por la sostenibilidad ambiental. De este modo, la comunidad-con la multiplicidad de públicos que lo componen, incluyendo los sectores gubernamentales -se ha transformado en objeto de preocupación de las organizaciones (p. 111).

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1. PROBLEMA GENERAL

¿Cómo las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño generan responsabilidad social, Lima 2018?

1.3.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo las relaciones corporativas contribuyen a generar acciones de filantropía para los pacientes y comunidad del Hospital del Niño?

¿Cómo las relaciones interpersonales contribuyen a generar acciones de filantropía para los pacientes y comunidad del Hospital del Niño?

¿Cómo las relaciones corporativas contribuyen a generar acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad del Hospital del Niño?

¿Cómo las relaciones interpersonales contribuyen a generar acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad del Hospital del Niño?

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es importante porque permite conocer las técnicas que tiene una empresa a la hora de fomentar o realizar una responsabilidad social para sus públicos.

Al analizar las estrategias de relaciones públicas más allá de ser importante, contribuye para que las empresas, más que todo públicas, puedan planificar la ayuda conjuntamente con las empresas privadas. A su vez tiene relevancia científica porque aporta nuevos conocimientos en la generación de estrategias y así crear y fortalecer sus vínculos con los públicos para la realización del apoyo social reduciendo las limitaciones de organizaciones públicas de salud, carentes de recursos.

A su vez entender la diferencia entre la ayuda filantrópica y la de socialmente responsable ya que muchas empresas en el momento de la acción cometen el error de realizar una por otra solo para su bien y no para la persona en donde se enfocan.

Éstas de por si cumplen una función social pero al tener un “plus” fomentará al no crear excusas para lograr un objetivo ya sea a corto, mediano o largo plazo.

A su vez este análisis ayudará en encontrar acciones que permitan generar responsabilidad social, será de gran utilidad para los responsables de ellas siendo de gran valor e interés en el momento de su crecimiento profesionalmente. Cabe recalcar que todo depende del funcionamiento interno de la empresa, este estudio ayudará para ser modelo de otros y seguir sus pasos para una mejor calidad de vida; en este caso para los niños.

Este trabajo puede servir como una guía para aquellos investigadores que más adelante aborden una investigación acerca de este tema, asimismo la posibilidad de que esta investigación pueda ser utilizada por empresarios para mejorar su ámbito laboral , en otros públicos para conocer a profundidad el tema y los factores que lo acompañan en el momento de la estrategia. Además su importancia se manifiesta en tocar temas que en este nuevo siglo aparecen, especialmente las estrategias que se pueden realizar en la actualidad con el avance tecnológico y aprovechando para pasar las fronteras y los paradigmas que se tenga en mente.

Este tema contribuye al ámbito social y humano. Social porque nos referimos a grupo de personas con el fin de lograr un objetivo mediante una estrategia de acuerdo al tema donde se desenvuelven, la comunicación y las relaciones que tienen entre ellos; cabe señalarlo que la empresa no se aleja de ello puesto que es el más importante en el momento de crear vínculos.

Humano porque participan las personas, se busca el bien para uno o varios. En este caso al referirnos en hospital siempre el tema será más delicado y algo difícil de tocarlo ya que muchas veces pueden ser susceptibles ante los ojos de los demás.

Además la presente investigación ayudará a futuras empresas especialmente públicas a mejorar todo su funcionamiento.

1.5. OBJETIVO

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Explicar el proceso de las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño que generan responsabilidad social, Lima 2018.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Explicar el proceso de la contribución de las relaciones corporativas del Hospital del Niño en la generación de acciones de filantropía para los pacientes y comunidad.

Explicar el proceso de la contribución de las relaciones interpersonales del Hospital del Niño en la generación de acciones de filantropía para los pacientes y comunidad.

Explicar el proceso de la contribución de las relaciones corporativas del Hospital del Niño en la generación de acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad.

Explicar el proceso de la contribución de las relaciones interpersonales del Hospital del Niño en la generación de acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad.

1.6.- SUPUESTO

Las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño promueven acciones de responsabilidad social mediante procesos comunicacionales y relacionales de gestión organizacional e interpersonal.

II.- MÉTODO

2.1. - DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de enfoque cualitativo porque se basa en la observación e interpretación de un proceso desde el punto de vista del investigador para que a través de ello se realice un análisis de dicho tema y se obtenga un resultado con la información del investigador.

El tipo es no experimental porque no hay manipulación de las variables. A su vez es de nivel transversal ya que solamente mide la variable en un solo tiempo.

El nivel es fenomenológico porque se quiere explicar cómo se da el objeto de estudio, explicar la realidad sin necesidad que el investigador conviva en ella.

2.2-MÉTODOS DE MUESTREO:

ESCENARIO DE ESTUDIO

El Hospital del Niño tiene características especiales. Primero es una organización de servicio, esto significa que su actividad fundamental como es la salud es un intangible, por lo tanto no puede ser medido cuantitativamente (por ejemplo, pesado). Es subjetiva,

pero no solo por lo mencionado, sino donde el sujeto -como es el personal médico y paramédico- es lo más importante, no el objeto, nos referimos al equipamiento. Acto contrario a las industriales y comerciales. Finalmente brinda un servicio fundamental que es la salud, la cual está asociada directamente a la razón de la existencia de todo ser humano, la vida.

A ello se agregar que siendo una institución pública, la mayor parte de su presupuesto proviene del estado, motivo por el cual son parte del presupuesto general de la república y no de los ingresos por consulta.

Remontándonos un poco a la historia, el Hospital del Niño fue creada el 22 de octubre de 1923, gracias a la Sociedad Auxiliadora de Infancia, en colaboración con entidades públicas y privadas se logró la creación del primer hospital de niños en el Perú. Se instaló en la clínica “Pasteur” que es propiedad de la Sociedad de Beneficencia. Para la construcción tuvo un costo de 172,806.00 libras peruanas.

El 2 de enero de 1930 abre sus puertas con la dirección del Dr. Eduardo Goycochea. El primer día se atendieron a siete pacientes costando la consulta 0.7 centavos.

El 10 de abril el hospital extiende sus servicios con los de internamiento en un solo servicio, el de cirugía con 20 camas (Pabellón 4) a cargo del Dr. Carlos Macedo y el Dr. Jorge Romaña interno en ese entonces.

En 1930 el hospital atiende a la población a través de los consultorios externos de cirugía, medicina, oftalmología, otorrinolaringología, dermatología, fisioterapia, rayos x y laboratorio.

La misión del Hospital del Niño es lograr el liderazgo a nivel nacional e internacional en el desarrollo de la investigación científica e innovación de la metodología, tecnología y normas para su difusión y aprendizaje por los profesionales técnicos del sector salud, así como en la asistencia altamente especializada a los pacientes que la requieran e incrementar y sistematizar la interrelación científica internacional en su campo. Y su visión es ser líder en el ámbito nacional e internacional en la docencia, investigación científica, desarrollo de metodología y tecnología y atención integral altamente especializada de niños y adolescentes en condiciones que aseguren el pleno respeto de su dignidad y de sus derechos (información de la página web del Hospital del Niño: <http://www.insn.gob.pe/>)

Al ser una organización pública depende del presupuesto destinado por el Estado, este tema de investigación va relacionado a las estrategias que utilizan una empresa u organización, en este caso el Hospital del Niño. ¿Cómo es que esta institución a pesar que es pública realiza todas las gestiones para darles una mejor calidad de vida a sus pacientes y también a la comunidad menor de 18 años? Si bien es cierto, muchas de estas personas no cuentan con recursos económicos, pero buscan la manera de conseguir la ayuda realizando una responsabilidad social en beneficio para ellos y para empresa que ayuda.

Cabe recordar que la oficina de Cooperación Científica Internacional –que inició actividades- este año gestionó una importante donación de 60 mil dólares provenientes de la Fundación Vitol Charity Fund.

CARACTERIZACIÓN DE SUJETOS

Los sujetos participantes de esta investigación son:

- a) Los pacientes.- La misión de este hospital está orientada a niños, quienes como los ancianos son las personas más vulnerables, motivo por el cual es un tema muy sensible a la sociedad.
- b) La comunidad.- Viene a ser lo mismo que los pacientes, la diferencia es que son públicos que no van inicialmente a la institución de salud sino que el contacto se establece por la visita del personal de salud a los espacios sociales donde convive los niños.
- c) Los médicos.- Son profesionales de la salud y cumplen un rol muy importante en estos casos. Mayormente son las personas que tienen más vinculación con los pacientes.
- d) El relacionista público.- Profesional de la acción comunicacional y relacional de la organización que busca integrar a los públicos y legitimar la conducta institucional.

TRAYECTORIA METODOLÓGICA

Lo primero que se hará será un instrumento con varias preguntas relacionadas al tema tratado teniendo en cuenta a 3 personas (jefe de relaciones públicas del Hospital del Niño, doctor de área, madre de familia de un paciente).

En segundo se realizará la entrevista a 3 personas que pertenecen y que están involucrados en la presente investigación. Estos resultados o respuestas que nos darán nuestros entrevistados nos ayudará para tener una mejor visión y conocer más a fondo el funcionamiento que se da en el Hospital del Niño en relación a las estrategias de relaciones públicas conjuntamente con la generación de la responsabilidad social.

Se desarrolla una investigación que detalla las estrategias de relaciones públicas que utiliza el Hospital del Niño en el momento de la generación de responsabilidad social mediante otras organizaciones o personas jurídicas. Posteriormente se conceptualiza cada variable y dimensión detallando lo más importante, plantear el problema suele ser uno de los puntos más trascendentales a la hora de realizar un objetivo general y específico. No olvidemos en elegir los instrumentos más idóneos para el momento de la observación y entrevista a los respectivos expertos del área que se quiera estudiar. Con esto se lograría una visión mucho más teórica y vivencial ya que se realiza el enfoque cualitativo, la cual puede ser de manera subjetiva.

2.3. RIGOR CIENTÍFICO:

La presente investigación está respetando los parámetros correspondientes a lo señalado, objetivos y problemas claros para un buen entendimiento.

El presente trabajo toma en cuenta antecedentes, los cuales son tesis debidamente trabajadas y que se han realizado para la obtención de títulos profesionales en importantes universidades.

Se utilizaron igualmente publicaciones actuales y directamente relacionadas a la investigación conforme a lo requerido, justificado desde el punto de vista de la rama de la comunicación. Conceptos y definiciones pertenecientes a libros en las plataformas virtuales de Alicia Concytec, Redalyc. Los materiales virtuales y físicos sustentaron la construcción del marco teórico, base de todo el trabajo. La investigación está respalda por teorías acordes al fenómeno estudiado.

Además se realizó la validación del instrumento de recolección de datos con la evaluación de tres expertos, docentes universitarios con experiencia en el campo profesional y/o académico.

2.4. ANÁLISIS CUALITATIVO DE LOS DATOS:

El presente trabajo se realizará en 2 etapas:

Se recopilará toda la información que nos de las entrevistas a las 6 personas involucradas en el tema tratado y pertenecientes en el Hospital del Niño.

Además se le realizó una pequeña entrevista al jefe de la oficina de comunicación, Leonardo Kaseng donde nos comenta un poco como se dan las gestiones interpersonales en las organizaciones como en el personal administrativo y de salud permitiéndonos conocer más a fondo todo el fenómeno que se da con las relaciones públicas y la responsabilidad social en beneficio de los niños.

Búsqueda de unidades de contenido, igualdad y semejanza.

En el trabajo se eligió los antecedentes que iban con el presente trabajo, problemas y objetivos para darle forma a la presente investigación. Se debe recordar que este trabajo es cualitativo por lo que no se necesitará encuestas, abarcando lo que es técnica de observación y las entrevistas con los expertos relacionados al tema y al lugar de análisis, en este caso Hospital del Niño.

Al tener las variables y dimensiones se comenzó armar el marco teórico para fundamentar lo dicho y poder interpretarlos. Tercero la justificación, porque el trabajo es importante y que uso le dará para el área de Ciencias de la Comunicación.

Para este trabajo se utilizará la recolección de datos mediante la entrevista con personas relacionadas al tema que se está trabajando en la presente investigación, las preguntas deben ser validadas por 3 expertos en el tema. Luego se procede al mapeo para contrastar las acciones y beneficios de cada uno de los sujetos.

2.5. ASPECTOS ÉTICOS:

La presente investigación tiene distintos aspectos éticos que han logrado analizar el objeto de estudio que ha sido el Hospital del Niño, indicando que esta investigación es única, asimismo la investigación fue citada correctamente con las indicaciones al estilo APA, además del respeto al derecho de autor.

III.- DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

3.1.- TRANSCRIPCIÓN DE RESULTADOS

En la presente investigación, se realizaron entrevistas que ayudaron a realizar y responder a los problemas planteados.

“La entrevista es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información, y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones” (Grados y Sánchez).

**ENTREVISTA DESGRABADA DEL PERSONAL DE SALUD NO
INSTITUCIONAL (N° 001)**

Entrevistada: Asistente de la Doctora Polo (Dermatología)

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 8 minutos

1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?

La idea nos pareció muy buena y más aún cuando a los niños les queremos inculcar iniciativas de desarrollo sostenible, es por ello que en nuestra institución trabaja la Dr. Polo (dermatóloga) siempre nos está apoyando en las ayudas que se realiza para los pacientes, ella fue la iniciadora de un proyecto para los niños “Angelitos de Cristal” las cuales eran intercambiadas por medicamentos.

2) ¿En qué consistió el apoyo del personal de salud?

La doctora incentivó a recolectar las chapas de las botellas de plástico, “las personas externas vienen y nos dejan sus chapitas” refirió; con ellas nosotros podemos intercambiarlas por medicamentos para nuestros pacientes y así brindarles una mejor atención. Recibimos la visita de un niño, hijo de uno de nuestros doctores que había juntado 30 botellas llenas de chapas de botellas de plástico. Esta donación ayudó para los niños que tienen piel de mariposa.

Además este proyecto nos incentiva mucho a cuidar el medio ambiente y sentimos que ayudamos tanto al paciente como a la Tierra y mediante ello le enseñamos a nuestros pequeños pacientes.

ENTREVISTA DESGRABADA DEL PERSONAL

ADMINISTRATIVO (N° 002)

Entrevistada: Leonardo Kaseng

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 5 minutos

1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?

Constantemente nuestro personal administrativo está preparado para estas gestiones, ellos son los encargados de las debidas coordinaciones.

Esta área está en constante comunicación con los médicos y enfermeras para organizar la ayuda que va dirigido a cada niño.

2) ¿En qué consistió su apoyo?

El apoyo básicamente es de distribuir las ayudas que brindan las organizaciones y las personas comunes, en sí toda donación pasa por un proceso antes de ser dado a la persona que lo necesita.

**ENTREVISTA DESGRABADA DE UN ENCARGADO DE
ORGANIZACIONES (N° 003)**

Entrevistada: Asistente del área de donaciones

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 10 minutos

1) ¿Cómo se estableció el contacto con su organización la participación de apoyo social a la institución?

Constantemente las organizaciones nos apoyaban es este camino que día a día realizamos con más entusiasmo, tenemos ya contactos establecidos y muchas veces dependiendo de la ayuda que se requiera se le solicita a la organización que se encuentra más allegada. Uno de ellos es la asociación sin fines de lucro llamada “Peru Vida” ha donado distintos equipos médicos para nuestros pacientes. Mayormente las campañas que realizan las empresas públicas o privadas es para donación de sangre, muchas veces nuestro banco de sangre queda al límite y empresas privadas como públicas nos dan una mano. No realizamos ningún contacto, el Hospital del niño es el único hospital que atiende exclusivamente a niños menores de 18 años y por ser nuestros pacientes que son más vulnerables, las mismas organizaciones son las que vienen de manera voluntaria. Una de ellas era “BOLA ROJA CON WENDY RAMOS”, una ONG que alegraba a los niños con sus narices rojas; actualmente tenemos a “PAYASO DE EMERGENCIA”, ellos nos visitan 3 veces a la semana para llevarles alegría a los niños y los padres que también nos acompañan.

“FUNDACIÓN TELEFÓNICA” nos ha ayudado mucho en el área educativa.

2) ¿En qué consistió el apoyo de su organización de salud?

El apoyo consistió en la donación de 14 camillas que fueron dadas por la asociación

sin fines de lucro “Perú Vida”, además la entidad pública del Ministerio de Salud (Minsa) entregó un inmobiliario médico ya que fue donado por la organización “Vida USA”, asimismo de 12 camas de cuidados intensivos, 3 camas para hospitalización, 9 sillas de ruedas, 15 bastones, 6 muletas, 6 portasueros y 7 andadores.

En el caso de Telefónica, han puesto computadoras y profesores para que los niños que se encuentran hospitalizados no se queden sin las enseñanzas, ésta área se encuentra en la Unidad de Quemados y de Traumatología. Esta fundación cubre todo lo necesario para que nuestros pacientes se sigan educando.

**ENTREVISTA DESGRABADA DEL PERSONAL DE SALUD NO
INSTITUCIONAL (N° 004)**

Entrevistado: Encargado de la visita del presidente del PAE, Alejandro García

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 8 minutos

1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?

Los galenos de nuestra organización tienen su pequeño directorio de contactos y es en estos casos de apoyo social donde lo solicitan, constantemente ellos están en comunicación y relacionándose en cada ceremonia o aniversario que hay para así enlazar lazos amicales.

Tuvimos la dicha de recibir la visita de Alejandro García presidente del PAE. El especialista nos compartió sus experiencias en función a problemas al corazón y brindó una pequeña charla a los médicos de nuestra institución. Además uno de nuestros doctores de nuestra institución tenía un vínculo de amistad con el doctor Gerard Siman de Alemania

2) ¿En qué consistió su apoyo?

La ayuda consistió en el regalo de un marcapasos para salvar la vida de un paciente.

El doctor de Alemania vino a operar gratuitamente a los niños que sufren del corazón durante 15 años y ello nos ayudó mucho en salvar la vida de varios niños, especialmente los de provincia que son de escasos recursos económicos.

**ENTREVISTA DESGRABADA DE ENCARGADO
DE LOS PACIENTES (N° 005)**

Entrevistado: Encargada de la ayuda a los pacientes (Katherine Fajardo)

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 8 minutos

1) ¿Cómo se estableció el apoyo del hospital hacia usted?

Consideramos que algunos médicos son un poco más delicados y es por ello que se realiza la pequeña selección sin una orden establecida.

Los pacientes con enfermedades más complicadas se los traslada a la capital a fin de ayudarle con su tratamiento.

2) ¿En qué consistió el apoyo de la institución?

Hay un grupo de voluntariado llamado “Asociación de Damas Voluntarias”, el cual tiene un albergue con 80 camas para padres justamente al frente del Hospital del Niño. Y otro en la cuadra 5 de la av. Arenales con 40 camas.

Cuando los niños vienen de provincia, sus padres se alojan en el albergue que tienen las voluntarias del Hospital del Niño, se encuentra ubicado al frente. En ese albergue se hospedan los padres de los pacientes que no son de la capital; incluye desayuno, almuerzo y cena. A parte se cubre algunos gastos del paciente y muchas veces hemos cubierto todo lo que ha requerido.

ENTREVISTA DESGRABADA DE ENCARGADO DE COMUNIDAD (N° 006)

Entrevistado: Encargada de la ayuda a comunidad (Katherine Fajardo)

Entrevistador: Claudia Argote

Lugar: Hospital del Niño

Fecha: 25/09/18

Duración: 10 minutos

1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?

Buscamos comunidades que tengan mayores carencias y que se encuentren un poco más alejadas de la ciudad.

Las ayudas que se realizan, mayormente es para provincias, pequeñas comunidades que se encuentran por ejemplo en Yurimaguas, Ayacucho, Puno. Nosotros nos dirigimos para allá llevándoles medicamentos y a la vez vamos con algunos doctores de nuestra institución para que les realicen un chequeo general. La Asociación que tenemos es “EXTRA MURO” significa pasar el límite, las fronteras sin importar que tan largo sea pero cumplir con nuestro objetivo.

2) ¿En qué consistió el apoyo de la institución?

La semana pasada estuvimos realizando campaña médica, odontológica y quirúrgica a 800 menores con 65 intervenciones quirúrgicas. Les llevamos medicamentos básicos, además nos acompañaron doctores con especialidades de Otorrinolaringología, Urología, Traumatología, Odontología, Pediatría, Cirugía Pediátrica, Cirugía Plástica, Anestesiología y personal de Enfermería. Finalmente dimos charlas informativas sobre el cuidado que deben de tener con los menores en relación a los dientes.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

PREGUNTA	PERSONAL DE SALUD INSTITUCIONAL	PERSONAL ADMINISTRATIVO	ORGANIZACIONES	PERSONAL DE SALUD NO INSTITUCIONAL	PACIENTE	COMUNIDAD	INTERPRETACIÓN
<p>1.-¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?</p>	<p>La idea nos pareció muy buena y más aún cuando a los niños les queremos inculcar iniciativas de desarrollo sostenible, es por ello que en nuestra institución</p>	<p>Constantemente nuestro personal administrativo está preparado para estas gestiones, ellos son los encargados de las debidas coordinaciones. Esta área está en constante comunicación con los médicos y enfermeras para organizar la ayuda</p>	<p>Constantemente las organizaciones nos apoyaban es este camino que día a día realizamos con más entusiasmo, tenemos ya contactos establecidos y muchas veces dependiendo de</p>	<p>Los galenos de nuestra organización tienen su pequeño directorio de contactos y es en estos casos de apoyo social donde lo solicitan, constantemente ellos están en</p>	<p>Consideramos que algunos médicos son un poco más delicados y es por ello que se realiza la pequeña selección sin una orden establecida. Los pacientes con</p>	<p>Buscamos comunidades que tengan mayores carencias y que se encuentren un poco más alejadas de la ciudad. Las ayudas que se realizan, mayormente es para provincias, pequeñas comunidades que</p>	<p>Uno de los entrevistados nos señaló que mediante la creación de un proyecto se puede ayudar al público y a la vez generar un cambio en el ecosistema. Otro punto importante es que al existir comunicación</p>

<p>trabaja la Dr. Polo (dermatóloga) siempre nos está apoyando en las ayudas que se realiza para los pacientes, ella fue la iniciadora de un proyecto para los niños “Angelitos de Cristal” las cuales eran intercambiadas por medicamentos. Es el único proyecto que se trabaja por ahora,</p>	<p>que va dirigido a cada niño.</p>	<p>la ayuda que se requiera se le solicita a la organización que se encuentra más allegada. Uno de ellos es la asociación sin fines de lucro llamada “Perú Vida” ha donado distintos equipos médicos para nuestros pacientes. Mayormente las campañas que realizan las</p>	<p>comunicación y relacionándose en cada ceremonia o aniversario que hay para así enlazar lazos amicales. Tuvimos la dicha de recibir la visita de Alejandro García presidente del PAE. El especialista nos compartió sus experiencias en función a</p>	<p>enfermedades más complicadas se los traslada a la capital a fin de ayudarle con su tratamiento. Nosotros les damos las facilidades a los pacientes para que sean atendidos en el hospital.</p>	<p>se encuentran por ejemplo en Yurimaguas, Ayacucho, Puno. Nosotros nos dirigimos para allá llevándoles medicamentos y a la vez vamos con algunos doctores de nuestra institución para que les realicen un chequeo general. La Asociación que tenemos es “EXTRA MURO” significa pasar el límite, las</p>	<p>entre las personas que laboran en el hospital se puede conocer las necesidades de los pacientes, como nos explica Weick en su teoría de la información organizacional centrándose en el proceso de organizar a los miembros y no tanto en la estructura es por ello que la misma organización busca mejorar la situación de su</p>
--	-------------------------------------	--	--	--	---	---

	<p>esto nos ayuda a enseñarles a los pacientes que colaborando entre todos se puede llegar lejos.</p>		<p>empresas públicas o privadas es para donación de sangre, muchas veces nuestro banco de sangre queda al límite y empresas privadas como públicas nos dan una mano. No realizamos ningún contacto, el Hospital del niño es el único hospital que atiende exclusivamente</p>	<p>problemas al corazón y brindó una pequeña charla a los médicos de nuestra institución. Además uno de nuestros doctores de nuestra institución tenía un vínculo de amistad con el doctor Gerard Siman de Alemania. La tecnología de otros países</p>		<p>fronteras sin importar que tan largo sea pero cumplir con nuestro objetivo.</p>	<p>público teniendo como base el estado actual de la situación. No sólo ayudan empresas privadas, como nos dijo uno de los entrevistados, refirió que las empresas públicas ayudan quizá no donando materiales o equipos médicos; sino que el hecho de realizar campañas para donación de sangre u órganos permite que todos</p>
--	---	--	--	--	--	--	--

			<p>a niños menores de 18 años y por ser nuestros pacientes que son más vulnerables, las mismas organizaciones son las que vienen de manera voluntaria. Una de ellas era “BOLA ROJA CON WENDY RAMOS”, una ONG que alegraba a los niños con sus narices rojas;</p>	<p>ha permitido que los médicos de allá puedan contar sus experiencias e intercambiar distintos casos que se da en los pacientes.</p>		<p>nosotros estemos involucrados en esta ayuda.</p> <p>Los médicos del extranjero que visitan el Hospital del Niño además de ayudar, capacitan a los galenos de dicho hospital para estar a la par con el avance tecnológico; es decir tanto ellos como los del hospital comparten sus experiencias y a su vez aprenden</p>
--	--	--	--	---	--	---

			<p>actualmente tenemos a “PAYASO DE EMERGENCIA”, ellos nos visitan 3 veces a la semana para llevarles alegría a los niños y los padres que también nos acompañan.</p> <p>“FUNDACIÓN TELEFÓNICA” nos ha ayudado mucho en el área educativa.</p>				<p>del otro.</p> <p>Cuando un paciente necesita una atención más amplia, el mismo hospital les da todas las facilidades para traerlo a la capital; en parte por ello la creación de la asociación EXTRAMURO que permite que los médicos del hospital vayan a la comunidad y les den charlas y atención gratuita.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

<p>2.-¿En qué consistió el apoyo del personal de salud?</p>	<p>La doctora incentivó a recolectar las chapas de las botellas de plástico, “las personas externas vienen y nos dejan sus chapitas” refirió; con ellas nosotros podemos intercambiarlas por medicamentos para nuestros pacientes y así brindarles una mejor atención.</p>	<p>El apoyo básicamente es de distribuir las ayudas que brindan las organizaciones y las personas comunes, en sí toda donación pasa por un proceso antes de ser dado a la persona que lo necesita.</p>	<p>El apoyo consistió en la donación de 14 camillas que fueron dadas por la asociación sin fines de lucro “Perú Vida”, además la entidad pública del Ministerio de Salud (Minsa) entregó un inmobiliario médico ya que fue donado por la organización “Vida USA”, asimismo de 12</p>	<p>La ayuda consistió en el regalo de un marcapasos para salvar la vida de un paciente. El doctor de Alemania vino a operar gratuitamente a los niños que sufren del corazón durante 15 años y ello nos ayudó mucho en salvar la vida de varios niños,</p>	<p>Hay un grupo de voluntariado llamado “Asociación de Damas Voluntarias”, el cual tiene un albergue con 80 camas para padres justamente al frente del Hospital del Niño. Y otro en la cuadra 5 de la av. Arenales con 40 camas. Cuando los</p>	<p>La semana pasada estuvimos realizando campaña médica, odontológica y quirúrgica a 800 menores con 65 intervenciones quirúrgicas. Les llevamos medicamentos básicos, además nos acompañaron doctores con especialidades de Otorrinolaringología, Urología, Traumatología, Odontología, Pediatría, Cirugía</p>	<p>Cuando la doctora Polo inició el proyecto de reciclar las chapitas se puedo relacionar a la cultura de la organización, es decir a la cultura a partir de la formación y mantenimiento del clima laboral, preocupándose por los aspectos sectoriales es por ello que esta iniciativa era parte para contribuir al medio ambiente.</p>
---	--	--	--	--	---	---	--

<p>Recibimos la visita de un niño, hijo de uno de nuestros doctores que había juntado 30 botellas llenas de chapas de botellas de plástico. Esta donación ayudó para los niños que tienen piel de mariposa.</p> <p>Además este proyecto nos incentiva mucho a cuidar el medio ambiente y sentimos que</p>		<p>camas de cuidados intensivos, 3 camas para hospitalización, 9 sillas de ruedas, 15 bastones, 6 muletas, 6 portasueros y 7 andadores.</p> <p>En el caso de Telefónica, han puesto computadoras y profesores para que los niños que se encuentran hospitalizados</p>	<p>especialmente los de provincia que son de escasos recursos económicos.</p>	<p>niños vienen de provincia, sus padres se alojan en el albergue que tienen las voluntarias del Hospital del Niño, se encuentra ubicado al frente. En ese albergue se hospedan los padres de los pacientes que no son de la capital; incluye desayuno,</p>	<p>Pediátrica, Cirugía Plástica, Anestesiología y personal de Enfermería. Finalmente dimos charlas informativas sobre el cuidado que deben de tener con los menores en relación a los dientes.</p>	<p>Esta iniciativa ha ayudado a conseguir medicamentos para los niños con piel de mariposa. Refiriéndonos a lo señalado por Baltazar en su libro “Lo social y la empresa a fines de siglo” cuando nos explica que socialmente responsable es un tipo de relación que invierte en acciones sostenibles en beneficio para la</p>
---	--	---	---	---	--	--

	<p>ayudamos tanto al paciente como a la Tierra y mediante ello le enseñamos a nuestros pequeños pacientes.</p>		<p>no se queden sin las enseñanzas, ésta área se encuentra en la Unidad de Quemados y de Traumatología. Esta fundación cubre todo lo necesario para que nuestros pacientes se sigan educando.</p>		<p>almuerzo y cena. A parte se cubre algunos gastos del paciente y muchas veces hemos cubierto todo lo que ha requerido.</p>	<p>misma organización y para su comunidad; en este caso a sus pacientes.</p> <p>Varios niños se acercan al lugar dejando sus chapas. Quizá no sea una donación en material pero la chapita significa parte del tratamiento que un paciente necesita.</p> <p>Todo personal es imprescindible</p>
--	--	--	---	--	--	---

							<p>pero el área administrativa ayuda a canalizar las donaciones; es decir cada especialidad necesita una ayuda y ellos realizan el trabajo de tal manera que todos tenga parte de la ayuda.</p> <p>Distintas organizaciones han ayudado mediante las relaciones corporativas; el ser privada o pública no lo hace</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							<p>distinto cuando todos van hacia un objetivo.</p> <p>Los médicos siempre han estado apoyando con sus relaciones interpersonales, muchos de ellos tienen amigos médicos y su lazo de amistad ha permitido distintas donaciones como es el caso del doctor Gerard Siman de Alemania que durante varios años ha permitido</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							<p>darles una mejor calidad de vida a varios niños.</p> <p>Para nuestros pacientes se ha creado la “Asociación de Damas Voluntarias” este albergue permite que los padres de los niños que vienen de provincia se alojen allí, así se encuentran cerca de sus familiares. Este albergue fue creado en el año 2015 mediante la</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

							<p>venta desayunos dentro del hospital. Todo ese dinero recaudado ha servido para comprar las camas y actualmente ayuda para el almuerzo y cena de los padres. La idea es estar junto a los niños por eso es que este albergue se encuentra al frente del Hospital del Niño.</p> <p>En el caso de las comunidades la asociación creada</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

							por el hospital llamada EXTRAMURO que significa pasar las fronteras realiza constantemente campañas médicas en las comunidades fuera de la capital, así permite que ya no se transporten y tener una mejor calidad de vida.
--	--	--	--	--	--	--	--

Interpretación general

Las respuestas de los entrevistados ayudaron a tener una visión mucho más clara en relación al tema que se está tratando.

Realmente si se dan las relaciones corporativas con empresas privadas y públicas, las distintas ONG aportan una ayuda que el mismo personal administrativo del hospital distribuye para cada paciente que lo necesita. La comunicación que existe entre médicos y enfermeros ayuda para poder trabajar mejor, ellos son los encargados de informar cómo es la situación de cada paciente y así contribuir con la ayuda.

Las relaciones corporativas contribuyen a generar acciones de filantropía tanto a pacientes como a la comunidad, estas organizaciones privadas o públicas permiten que tanto ellas como el Hospital del Niño se relacionen, es decir cada uno se apoya. El Hospital del Niño busca la manera para que conjuntamente con otras corporaciones logren el objetivo; es decir mutuamente se encuentra en constante comunicación.

Al tratarse de niños, lo que se les incentivan es siempre las enseñanzas es por eso que otro punto de la entrevista fue que una de las doctoras inició un proyecto de reciclaje y a la vez generar ayuda para la misma organización; en este caso el Hospital del Niño.

Es por ello que no solo se ha contribuido a generar acciones de filantropía que es lo que mayormente se realiza en la entidades públicas y privadas, sino a generar acciones socialmente responsable y un gran ejemplo es el proyecto realizado por la doctora Polo, dermatóloga del Hospital del Niño que realiza actualmente el proyecto de recolectar chapas de las botellas de plástico. Esta iniciativa tiene por objetivo el conseguir medicamentos a cambio de estas, además de contribuir con los pacientes y comunidades que ayuda logra una inversión para el propio hospital.

En otro punto me comentaron que utilizan las redes sociales, el Facebook es su principal herramienta ya que en navidad realizan convocatorias para jóvenes voluntarios durante el mes de diciembre; ellos consideran que jóvenes como adultos están más involucrados con esta plataforma virtual. Su página web se encuentra en constante movimiento para que los usuarios se encuentren informados de los próximos eventos.

El Hospital del Niño, las distintas organizaciones y ONG han ayudado en donaciones para mejorar la salud de los niños, éstas han sido desde un polo hasta grandes equipos médicos logrando así el objetivo que tiene el Hospital del Niño. A su vez las relaciones

interpersonales han logrado que médicos de dicho hospital mediante sus contactos sociales puedan comunicarse con otros galenos de hospitales o clínicas nacionales e internacionales; cuando se habla de las ayudas por parte de estas corporaciones han sido operaciones gratuitas y donaciones de equipos del extranjero donde actualmente se encuentra en un constante avance tecnológico.

Como nos explica Weick en su teoría de la información organizacional centrándose en el proceso de organizar a los miembros y no tanto en la estructura es por ello que la misma organización busca mejorar la situación de su público teniendo como base el estado actual de la situación.

Quizá muchas veces no cuenten con una planificación o un presupuesto establecido para ello, pero de lo que se tiene por seguro es que el Hospital del Niño utiliza sus relaciones corporativas e interpersonales para que en equipo y como uno de los entrevistados nos señaló es la “comunicación”; mediante ello se logre el objetivo que tiene el hospital pero que con cada paciente y comunidad se cumple otro objetivo en relación a sus necesidades.

En este trabajo aportan mucho los médicos, enfermeras, médicos externos, organizaciones, personal administrativo que es el encargado de canalizar y distribuir cada donación de acuerdo a la necesidad de cada paciente del hospital y paciente perteneciente a una determinada comunidad; siendo mayormente comunidades que se encuentran en las provincias del Perú.

IV: DISCUSIÓN:

La presente tesis titulada “Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018”, tuvo como objetivo explicar el proceso de las estrategias de relaciones públicas que generan responsabilidad social en el Hospital del Niño

El enfoque del trabajo fue el cualitativo, de tipo aplicada, nivel fenomenológico. La técnica utilizada fue la entrevista, cuyo instrumento se utilizó el cuestionario que nos ayudó a recopilar información de personas que se encuentran en el Hospital del Niño y además vinculadas en ella.

Para este trabajo se utilizaron dos teorías:

Teoría de la información organizacional basada por Weick: esta teoría nos comenta que muchas organizaciones se centran más en organizar a sus miembros que en la estructura misma, es decir actualmente las empresas distribuyen las funciones de cada integrante de la empresa para una mejor atención; además éstas mejoran su estado actual observan cómo se encuentran en el presente y a partir de ello comienzan a realizar sus estrategias. Esta teoría se acopla mucho en el caso del Hospital del Niño porque ellos observan y analizan la situación que viven en ese momento sus pacientes e integrantes de sus comunidades para realizar la debida comunicación mediante la coordinación de sus médicos y enfermeras que son los encargados de informar sobre las necesidades que cada uno necesita.

Un componente principal de esta teoría es la información, es decir se basa en el intercambio de la información en el interior de una organización, además según la teoría estas organizaciones buscan la información dentro de su entorno para sobrevivir de sus necesidades.

El Hospital del Niño propiamente no tiene un plan distribuido es por ello que la teoría de Weick se asocia mucho a ella, viven del presente para un mejor futuro; lo que haya sucedido en el pasado queda como aprendizaje mas no como mejora de sus situación ya que ellos viven en un constante cambio y día tras día son otros casos más tediosos.

Teoría del modelo de las relaciones públicas

En el caso del modelo de las relaciones públicas, cada organización tiene una cultura pero a partir del conjunto de todas ellas. El Hospital del Niño trabaja de una manera muy distinta a las demás pero siempre ha estado siguiendo el modelo de otras

instituciones y de cada uno realizando un poco, ganando el aprendizaje de cómo trabajan cada uno.

En los antecedentes no se encontró una que se asemeje al presente trabajo pero en la tesis de Rossana Lapa titulado “La responsabilidad social empresarial frente a la colectividad laboral en el Perú” nos señala que la responsabilidad genera ganancias, en este caso sí pero las ganancias por parte del Hospital del Niño es una sin fines de lucro; no espera algo monetario ya que va más al ámbito moral, humano y social.

V. CONCLUSIONES

El presente trabajo concluye los siguientes puntos:

El Hospital del Niño ha utilizado distintas relaciones públicas, mediante sus relaciones corporativas se ha logrado ayudar a varios pacientes; muchas corporaciones ya sea desde un medicamento hasta grandes equipos médicos han permitido que conjuntamente con el hospital se puedan beneficiar gran cantidad de niños. Además de ello, el Hospital del Niño mediante sus relaciones interpersonales; es decir los contactos que tienen los médicos con otros galenos ya sea dentro o fuera del país se ha logrado distintas ayudas y fomentar algunos proyectos de desarrollo sostenible y a su vez beneficiando a su público.

El proceso de contribución de las relaciones corporativas para la generación de acciones socialmente responsable han ayudado en el momento de generar acciones de responsabilidad social como fue el caso de la empresa Telefónica que apoyó y sigue apoyando en la responsabilidad social conjuntamente con el Hospital del Niño permitiendo que los pacientes de dicho hospital continúen sus estudios a pesar de estar internados; esta fundación ha donado computadoras para el aprendizaje de los niños y el Hospital del Niño ha dado algunos ambientes para la realización de ello. Actualmente se encuentra en la unidad de quemados.

El proceso de contribución de las relaciones corporativas han ayudado a generar acciones de filantropía como es el caso con la organización Perú Vida ha permitido la donación de algunos equipos médicos, conjuntamente con los médicos y enfermeras han logrado canalizarlo para las unidades que lo requieran. Al ser organizaciones públicas no significa que no puedan brindar una ayuda, un ejemplo es el caso Senati y la UNI que han realizado campañas con el Hospital del Niño para que sus alumnos donen sangre ya que actualmente el hospital se queda al límite y es indispensable para una operación, no solo son los pacientes que se encuentran sino que ayudan a comunidades y cuando se requiere son traídos a Lima para algunas intervenciones; todo ello es a cuenta del Hospital del Niño.

El proceso de contribución de las relaciones interpersonales en la generación de acciones socialmente responsable es la que el Hospital del Niño ha realizado conjuntamente con la iniciativa de una doctora perteneciente a dicho hospital. La Dr. Polo del área de dermatología para la recolección de chapas de botellas de plástico para luego ser intercambiadas por medicamentos para los niños "Angelitos de Cristal". Esta

iniciativa aparte de ayudar a los pacientes y comunidades, tiene un enfoque ambiental ya que fomenta lo que es el desarrollo sostenible, así se les enseña a los niños a cuidar el ambiente y que puede ser intercambiado por otras cosas.

El proceso de contribución de las relaciones interpersonales han logrado que el vínculo entre médicos externos y el Hospital del Niño se fortalezca cada vez más, es muy importante contar con un directorio que te permite estar en constante comunicación con los demás. Gracias a ello es que galenos de dicho hospital han conseguido que otros colegas externos ya sea nacionales e internacionales se comprometan con esta causa para las necesidades de los pacientes. Mucho depende del empeño que le ponen ambos porque sin ello no se podría cumplir el objetivo.

Si bien es cierto, el Hospital del Niño carece de recursos económicos, esto no ha sido ningún impedimento para siempre estar atentos a las necesidades que puedan tener sus pacientes y comunidades a las que presta servicio médico, a pesar de ser un ente público siempre han tratado de buscar la manera de apoyarlos y buscar el apoyo en otras entidades ya sea públicas, privadas o personas comunes.

El Hospital del Niño propiamente no cuenta con un plan ya que las necesidades pueden salir ahorita como dentro de un mes, básicamente tienen una planificación cuando se establece una operación o la realización de una campaña médica en alguna comunidad donde requieren equipos médicos y personal médico.

VI. RECOMENDACIONES

Fomentar para que las oficinas de comunicación ya sea instituciones privadas o públicas trabajen más en comunicación para que su organización sea mejor estructurada.

El Estado debería de apoyar a las instituciones públicas constantemente, especialmente si nos referimos al ámbito de la salud siendo muy importante para la salud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aparecida, M. (2012). *Gestión de relaciones públicas para el éxito de las organizaciones*. Lima. Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Canfield, B. y Moore, F. (1977). *Relaciones Públicas: Principios, casos y problemas*. México: Editorial México Continental.
- Flores, F. (1982). *Relaciones Públicas: Ciencia de la Integración Humana*. Lima. Perú: Editorial Desa.
- Frazier, H. y Canfield B. (1980). *Relaciones públicas: principios, casos y problemas*. D.F.México: Editorial Continental.
- Galguera, I y Fernandez C. (2009). *Teorías de la Comunicación*. México.
- Gilli, J. J. (2006). *Responsabilidad social*. Revista Científica "Visión de Futuro" Misiones, Argentina: Universidad Nacional de Misiones.
- Grados, J y Sánchez, E. (2007). *La entrevista de las organizaciones*. D.F., México: Editorial: Manual Moderno.
- Morera C. (2015). *Mecenazgo, relaciones públicas y filantropía: «fendi for fountains» análisis de caso*. Madrid, España: Vivat Academia.
- Navarro, F. (2013). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica*. D.F., México: Editorial Alfaomega.
- Ocampo, M. (2011). *Comunicación empresarial: Plan estratégico como herramienta gerencial*. Ediciones Ecoe. Colombia.
- Palencia, M. (2011). *90 Técnicas de comunicación y relaciones públicas*. Barcelona, España: Profit.

Rincón Y. (2009). *Epistemología de las relaciones públicas*. Razón y Palabra. Estado de México, México: Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

Yañez R., Arenas M. y Ripoll M. (2010). *El impacto de las relaciones interpersonales en la satisfacción laboral general*. Liberabit. Revista de Psicología. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.

ANEXOS

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO INTERNO 1

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Avila Rojas Maria Ines

Título y/o Grado: Doctor

Ph. D. () | Doctor () | Magister ... () | Licenciado ... () | Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 19/06/2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

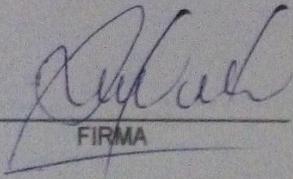
"Estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social desde la perspectiva de los responsables de comunicación del Hospital del Niño y Niña 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	/		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	/		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	/		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	/		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	/		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	/		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	/		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	/		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	/		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	/		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	/		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS: _____


 FIRMA

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO INTERNO 2

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Javier Napa Anthony Johnson

Título y/o Grado: Magister

Ph. D..... () Doctor..... () Magister... (X) Licenciado.... () Otros. Especifique

Universidad que labora: César Vallejo

Fecha: 19-06-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

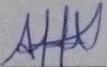
"Estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social desde la perspectiva de los responsables de comunicación del Hospital del Niño, Lima 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?		X	Solo algunos casos de redacción debe mejorar
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?		X	Especificar mejor el de Madre del Paciente.
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS: Anthony Johnson Javier Napa



 FIRMA

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO INTERNO 3

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: ITURIZAGA URSUA CESAR

Título y/o Grado: _____

Ph. D..... () Doctor..... () Magister... (X) Licenciado.... () Otros. Especifique _____

Universidad que labora: _____

Fecha: 15-06-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

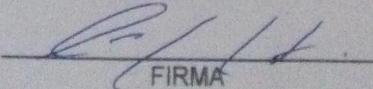
“Estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social desde la perspectiva de los responsables de comunicación del Hospital del Niño, Lima, 2018.”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEM	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	✓		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	✓		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		✓	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	✓		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS: CESAR MARVIN ITURIZAGA URSUA


 FIRMA

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO EXTERNO 1

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MARIO CALDAS MALONI

Título y/o Grado: MAESTRO EN EDUCACIÓN

Ph. D.....() | Doctor.....() | Magister....() | Licenciado....() | Otros. Especifique

Universidad que labora: UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

Fecha: 11-9-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

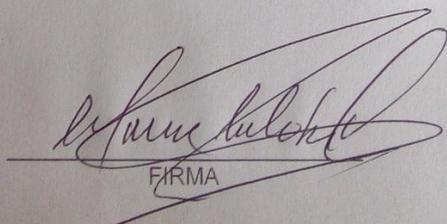
"Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?		<input checked="" type="checkbox"/>	
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?			
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?	<input checked="" type="checkbox"/>		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO EXTERNO 2

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Márquez Álvarez Luz Verdú

Título y/o Grado: Licenciada

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....(X) Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad N. de C. de Costa Rica

Fecha: 12 SET 2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

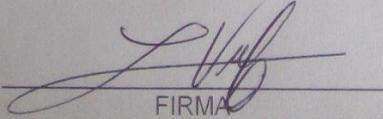
"Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS: Luz Verdú Márquez Álvarez


 FIRMA

VALIDACIÓN POR EL EXPERTO EXTERNO 3

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Martínez León, Chabela Peróvica

Título y/o Grado: _____

Ph. D.....() | Doctor.....() | Magister....(X) | Licenciado....() | Otros. Especifique

Universidad que labora:

Fecha: 11 SET 2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

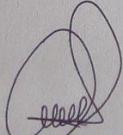
"Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018"

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?		X	Las respuestas serán subjet
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:-----

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

VALIDACIÓN DE EXPERTOS INTERNOS – V AIKEN

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	0	1	1	2	67%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	0	1	1	2	67%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					94%

VALIDACIÓN DE EXPERTOS EXTERNOS – V AIKEN

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	0	1	1	2	67%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	0	2	67%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					94%

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROB GEN	PROB ESPEC	OBJ GENERAL	OBJE ESPEC	SUPUESTO GENERAL
<p>“Estrategias de relaciones públicas en la generación de responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018”</p>	<p>¿Cómo las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño generan responsabilidad social, Lima 2018?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo las relaciones corporativas contribuyen a generar acciones de filantropía del Hospital del Niño para los pacientes y comunidad? <li style="text-align: center;">• • ¿Cómo las relaciones interpersonales contribuyen a generar acciones de filantropía del Hospital del Niño para los pacientes y comunidad del Hospital del Niño? • ¿Cómo las relaciones corporativas contribuyen a generar acciones socialmente responsables del Hospital del Niño para los pacientes y comunidad? • ¿Cómo las relaciones interpersonales contribuyen a generar acciones socialmente responsables del Hospital del Niño para los pacientes y comunidad? 	<p>Explicar el proceso de las estrategias de relaciones públicas del hospital del Niño que generan responsabilidad social, Lima 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar el proceso de contribución de las relaciones corporativas del Hospital del Niño que generan acciones de filantropía para los pacientes y comunidad • Explicar el proceso de contribución de las relaciones interpersonales del Hospital del Niño que generan acciones de filantropía para los pacientes y comunidad • Explicar el proceso de contribución de las relaciones corporativas del Hospital del Niño que generan acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad • Explicar el proceso de contribución de las relaciones interpersonales del Hospital del Niño que generan acciones socialmente responsable para los pacientes y comunidad <li style="text-align: center;">• 	<p>Las estrategias de relaciones públicas del Hospital del Niño promueven acciones de responsabilidad social mediante procesos comunicacionales y relacionales de gestión organizacional e interpersonal</p>

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales
			Relaciones corporativas
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente
			Comunidad

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL PERSONAL DE SALUD INSTITUCIONAL

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	1) ¿Cómo se estableció el contacto con ud para su participación de apoyo social a la institución? 2) En qué consistió el apoyo del personal de salud?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	
			Comunidad	

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL PERSONAL ADMINISTRATIVO

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 23).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	1) ¿Cómo se estableció el contacto con ud para su participación de apoyo social a la institución? 2) En qué consistió su apoyo?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	
			Comunidad	

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL ENCARGADO DE UNA ORGANIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	1) ¿Cómo se estableció el contacto con su organización la participación de apoyo social a la institución? 2) En qué consistió el apoyo de su organización de salud?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	
			Comunidad	

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL PERSONAL DE SALUD NO INSTITUCIONAL

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	1) ¿Cómo se estableció el contacto con ud para su participación de apoyo social a la institución' 1) En qué consistió su apoyo?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	1) En qué consistió su apoyo?
			Comunidad	

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL FAMILIAR DE UN PACIENTE

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	¿Cómo se estableció el apoyo del hospital hacia usted? 2) ¿En qué consistió el apoyo de la institución?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano(Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	
			Comunidad	

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL ENCARGADO DE UNA COMUNIDAD

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 29).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales Relaciones corporativas	¿Cómo se estableció el contacto con ud para su participación de apoyo social a la institución? 2) ¿En qué consistió el apoyo de la institución?
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano (Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente Comunidad	

CUESTIONARIO – ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS A SUJETOS DE ESTUDIO

PERSONAL DE SALUD INSTITUCIONAL	PERSONAL ADMINISTRATIVO	ORGANIZACIONES	PERSONAL DE SALUD NO INSTITUCIONAL
<p>1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?</p> <p>2) En qué consistió el apoyo del personal de salud?</p>	<p>1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?</p> <p>2) En qué consistió su apoyo?</p>	<p>1) ¿Cómo se estableció el contacto con su organización la participación de apoyo social a la institución?</p> <p>2) En qué consistió el apoyo de su organización de salud?</p>	<p>3) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?</p> <p>1) En qué consistió su apoyo?</p>

PACIENTE	COMUNIDAD
<p>1) ¿Cómo se estableció el apoyo del hospital hacia usted?</p> <p>2) ¿En qué consistió el apoyo de la institución?</p>	<p>1) ¿Cómo se estableció el contacto con usted para su participación de apoyo social a la institución?</p> <p>2)¿En qué consistió el apoyo de la institución?</p>

IMAGEN N° 001



Donación de chapitas (foto de archivo)

Pacientes Angelitos de Cristal

Angelitos de Cristal



IMAGEN N° 002



Personal administrativo recibiendo la donación (foto de archivo)

IMAGEN N° 003



Algunas organizaciones participando de las campañas realizados en beneficio de los pacientes (foto de archivo)

IMAGEN N° 004



Otras ayudas por parte del personal de salud no institucional (foto de archivo)

IMAGEN N° 005



Una de las intervenciones a un paciente (foto de archivo)

IMAGEN N° 006



La Asociación EXTRAMURO en una de las comunidades del
Perú

ENTREVISTA ADICIONAL

VARIABLE DE OPERACIONALIZACIÓN – ENTREVISTA AL JEFE DE RELACIONES PÚBLICAS

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	ITEMS
Estrategias de Relaciones Públicas	"las técnicas que una empresa, una persona o un grupo utilizan para que, teniendo en cuenta la sociedad en la que se mueve y dirigiéndose a esa sociedad, se conozca e incremente su notoriedad, su prestigio y se consiga la confianza que se merece (Mestre, pg. 23).	Son las acciones de gestión comunicacional y relacional utilizando medios orientados a determinados objetivos	Relaciones interpersonales	1) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social del personal de salud interno? 2) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social del personal administrativo? 3) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social de organizaciones? 4) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social del personal de salud no institucional? 5) En qué consistió el apoyo del personal de salud? 6) ¿En qué consistió el apoyo del personal administrativo? 7) ¿En qué consistió el apoyo de organizaciones? 8) ¿En qué consistió el apoyo de personal de salud no institucional? 9) ¿qué criterios utiliza para organizar su plan de responsabilidad social en el compromiso de los grupos de interés del hospital?
			Relaciones corporativas	
Responsabilidad social	...consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidad derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad, así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano (Navarro 2013:71)	Son las acciones voluntarias de apoyo que asumen las organizaciones en el contexto social de los grupos de interés	Paciente	
			Comunidad	

DIRECTOR DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS – LEONARDO KASENG

1) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social?

Nosotros más que todo realizamos relaciones institucionales, recibimos la ayuda de organizaciones y de personas que quieren ayudar o visitar a nuestros pacientes mediante donaciones desde una medicina hasta equipos médicos. Tenemos cerca de 1400 niños por día y 400 niños hospitalizados que mayormente son público de nivel socioeconómico “C” siempre van a necesitar jabones, algunos medicamentos que el seguro integral no cubre y muchas veces es el momento. Hemos tenido visita de niños que han regalado su pijama y para nosotros es una gran satisfacción porque incentiva a nuestro paciente a no sentirse solo y lo más importante a siempre sonreír.

Ellos nos buscan, porque al ser una institución de niños son más vulnerables, por ejemplo día del niño, en navidad todo el mes de diciembre el hospital se llena de donaciones.

2) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social del personal administrativo?

En la parte administrativa se cuenta con un área llamada donaciones, el cual distribuye la ayuda que la organización o persona común dona resultando más fácil la distribución de los apoyos.

3) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social de organizaciones?

Básicamente en los meses más importantes, más que todo navidad en nuestra página de Facebook realizamos pequeñas convocatorias para que las personas participen en el voluntariado, mayormente vienen grupos de universidad, institutos y pequeñas organizaciones que traen desde un juguete hasta un día completo de pasar con los pacientes. Las redes sociales y más que todo el contenido es fundamental para nosotros.

4) ¿Qué gestiones interpersonales realizó para promover apoyo social del personal de salud no institucional?

Tenemos la suerte de contar con médicos que tienen contactos en hospitales nacionales e internacionales, siempre es bueno mantener los vínculos que se van formando cada día. Cuando ellos nos necesitan los apoyamos y viceversa.

5) ¿En qué consistió el apoyo del personal de salud?

El personal de salud siempre está pendiente de cada cosa que necesiten nuestros pacientes, ellos nos informan de las necesidades de ellos ya sea en hospitalización como en consultas externas.

6) ¿En qué consistió el apoyo del personal administrativo?

El personal administrativo ha ayudado a canalizar bien las donaciones, distribuir relativamente de acuerdo a las necesidades de los pacientes, algunas ayudas iban para el área de emergencia, hospitalización y UCI (unidad de cuidados intensivos). Además de materiales de aseo, equipos médicos y camillas que es lo que muchas veces no nos damos abasto.

7) ¿En qué consistió el apoyo de organizaciones?

Todo tipo de organizaciones nos han ayudado, empresas públicas como privadas, SENATI y la Universidad de Ingeniería son algunas que mediante la donación de sangre han logrado salvar la vida de muchos niños; pequeñas asociaciones como “Perú Vida” y “Payaso de Emergencia” se han hecho presente en el hospital. No podemos dejar de lado a las personas comunes que con pequeñas ayudas se logran grandes cosas.

8) ¿En qué consistió el apoyo del personal de salud no institucional?

Tenemos la suerte de recibir donaciones de médicos del extranjero, más que todo en equipos médicos que es lo que más se necesita ya que la tecnología está más avanzada allá. Constantemente realizamos intercambio de conocimientos con los médicos de aquí y de otros hospitales internacionales; consideramos que al estar en constante comunicación se fortalece más la confianza.

9) ¿Qué criterios utiliza para organizar su plan de responsabilidad social en el compromiso de los grupos de interés del hospital?

Nosotros no tenemos propiamente un plan de responsabilidad social, mayormente nuestros galenos nos informan las necesidades de nuestros pacientes y es ahí donde organizamos la ayuda que se necesita. El gran número de veces han sido para los pacientes que se encuentran internados.



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo, Mario Buenaventura Castillo Hilario, docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Comunicación de la Universidad César Vallejo Lima Norte (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada: **ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS COMO APOYO EN LA GENERACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOSPITAL DEL NIÑO, LIMA, 2018** del (a) estudiante **ARGOTE ENRÍQUEZ, CLAUDIA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 07 de diciembre de 2018.



Mario B. Castillo Hilario
Firma

Mg. Mario Buenaventura Castillo Hilario

DNI: 20063201

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS COMO APOYO EN LA GENERACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOSPITAL DEL NIÑO, LIMA 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:
ARGOTE ENRIQUEZ, Claudia Roxana

Resumen de coincidencias

17%

1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	www.repositorioacademico... Fuente de Internet	1%
4	www.redajyc.org Fuente de Internet	1%
5	Entregado a Pontificia ... Trabajo del estudiante	1%
6	www.ucc.edu.co Fuente de Internet	1%
7	www.insn.gob.pe	1%

Página: 1 de 84 Número de palabras: 12630

Text-only Report High Resolution



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por Turnitin. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Claudia Roxana Argote Enriquez
Título del ejercicio: TESIS X CICLO 2018 II
Título de la entrega: "ESTRATEGIAS DE RELACIONES P..
Nombre del archivo: TESIS_-_CLAUDIA_ARGOTE_ENR...
Tamaño del archivo: 8.99M
Total páginas: 84
Total de palabras: 12,630
Total de caracteres: 69,951
Fecha de entrega: 21-nov.-2018 06:43p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1043347255



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

"ESTRATEGIAS DE RELACIONES PUBLICAS COMO APOYO EN LA GENERACION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL HOSPITAL DEL NIÑO, LIMA 2018"

TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:
ARGOTE ENRIQUEZ, Claudia Roxana

ASESOR:
Suñiz Corales, César A.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

Lima - Fev 2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

Argote Enriquez Claudia Roxana

D.N.I. : 71428937

Domicilio : Calle La Colonia 162, Urb. El Manzano - Rímac

Teléfono : Fijo : 6367759 Móvil : 950946435

E-mail : enriquezclaudia2797@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Facultad de Ciencias de la Comunicación

Escuela : Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación

Carrera : Ciencias de la Comunicación

Título : Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

Argote Enriquez Claudia Roxana

Título de la tesis:

"Estrategias de relaciones públicas como apoyo en la generación de
responsabilidad social del Hospital del Niño, Lima 2018"

Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 29/11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
LA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ARGOTE ENRÍQUEZ, CLAUDIA

INFORME TITULADO:

**ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS COMO APOYO EN
LA GENERACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL
HOSPITAL DEL NIÑO, LIMA, 2018**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 6 de diciembre de 2018.

NOTA O MENCIÓN: 12



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN