

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**Estrategia de comunicación corporativa para mejorar la gestión
interna de establecimientos privados de salud. Caso Clínica
Adventista de Quito**

Tesis para obtener el Título Profesional de licenciado en Ciencias de la
Comunicación

Por:

Julia Veldi Saucedo Caballero

Asesor:

Mg. Jose Victor Cabrera Aquino

Lima, mayo de 2023

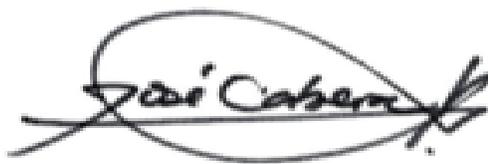
DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Yo José Cabrera Aquino docente de la Facultad de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, de la Escuela Profesional de Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Estrategia de comunicación corporativa para mejorar la gestión interna de establecimientos privados de salud. Caso Clínica Adventista de Quito.”** Constituye la memoria que presenta la bachiller Julia Veldi Saucedo Caballero, para obtener el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación, tiene un índice de similitud de 8% verificable en el informe del programa Turnitin y ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 21 días del mes de junio del año 2023.



Mg. José Victor Cabrera Aquino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 05 día(s) del mes de mayo del año 2023 siendo las 12:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Mtro. José Calsín Molleapaza; el secretario: Lic. Nick Josías Brañez Medrano y el asesor: Mg. José Víctor Cabrera Aquino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: "Estrategia de comunicación corporativa para mejorar la gestión interna de establecimientos privados de salud. Caso Clínica Adventista de Quito" de la Bach. Julia Veldi Saucedo Caballero, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a la candidata (a) a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): Bach. **Julia Veldi Saucedo Caballero**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	17	B+	Con nominación de Muy Bueno	Sobresaliente

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas

"SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA"


Mtro. José Calsín Molleapaza

Presidente (a)


Lic. Nick Josías Brañez Medrano

Secretario (a)


Mg. José Víctor Cabrera Aquino

Asesor (a)


Julia Veldi Saucedo Caballero

Candidato/a (a)

“Estrategia de comunicación corporativa para mejorar la gestión interna de establecimientos privados de salud. Caso Clínica Adventista de Quito ”

Corporate communication strategy to improve the internal management of private health facilities. Case: Adventist Clinic of Quito.

- a. <https://orcid.org/0009-0007-0694-8547> Julia Veldi Saucedo Caballero
- b. <https://orcid.org/0000-0003-3247-6428> Jose Victor Cabrera Aquino

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

RESUMEN

El presente artículo se realizó para establecer si existe relación significativa entre Comunicación Corporativa y Gestión interna de los establecimientos de salud privado, el esquema empleado para la indagación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, nivel correlacional y tipo básico descriptiva y no experimental; el marco muestral estuvo constituida por 61 colaboradores de la clínica, se empleó el muestro censal y por ello toda la población formó parte de la muestra. Dentro de los resultados se logró identificar una relación positiva y altamente significativa (.770**), entre comunicación corporativa y gestión interna, lo cual refleja que los factores de la gestión interna estaban estrechamente relacionados con la comunicación.

Palabras clave: Comunicación corporativa, gestión interna, control, dirección, planificación, organización .

ABSTRACT

This article was conducted to establish whether there is a significant relationship between Corporate Communication and Internal Management in private health care facilities, the scheme used for the research was a quantitative approach, non-experimental design, correlation level and basic descriptive and non-experimental type; the sampling frame consisted of 61 clinic collaborators; a census sample was used and therefore the entire population was part of the sample. The results showed a positive and highly significant relationship (.770**), between corporate communication and internal management, reflecting the fact that internal management factors were closely related to communication.

Keywords: Corporate communication, internal management, control, direction, planning, organization.

INTRODUCCIÓN

La comunicación corporativa se ha convertido en una herramienta estratégica para la gestión de cualquier empresa debido a la incidencia que tiene no sólo en la interacción y comunicación interna sino en el mejoramiento del desempeño de las funciones de los principales procesos que configuran la operatividad de la organización.

En este contexto, las empresas han reconocido la necesidad de incorporar diferentes canales y formas de comunicación a su gestión debido a los innumerables beneficios que reporta; sin embargo, esta es una nueva realidad comunicativa que exige un discurso planificado y coherente que vaya más allá del corporativo, que sea planificado y controlado en un plan de gestión que integre la participación de todos los departamentos de la organización en virtud de contribuir con los objetivos y estrategias de la empresa (Cano, 2019a).

Es por ello, que con el pasar de los años la gestión de la comunicación requiere de un nuevo enfoque online que sea capaz de adaptarse a esos paradigmas sociales emergentes Calleja-Reina et al. (2018) donde los usuarios se han convertido en agentes activos a nivel informativo, lo que a su vez demanda mayor coordinación, seguridad y proporcionalidad en la gestión de comunicación dentro de la empresa.

No obstante, la comunicación va más allá de realizar un comunicado, crear eventos corporativos e informar a través de los diferentes canales de comunicación institucional (redes sociales, intranet, correo electrónico, entre otros); es preciso entender que la poca efectividad que algunos establecimientos de salud reportan en el manejo de sus canales de comunicación responden a la falta de un plan estratégico de comunicación corporativa que permita cumplir con los objetivos y fines de la

organización. De ahí, que resulte de gran importancia el reconocimiento de los fundamentos de la comunicación corporativa en relación a la identidad, la imagen y la cultura organizacional. En este orden de ideas vale la pena citar a Van Riel (1997) cuando afirma que:

La comunicación corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende (p.26).

En consecuencia, los establecimientos de salud y sus profesionales no pueden estar alejados de los avances tecnológicos, por lo que deben incorporarlos en el desarrollo de sus actividades entendiendo que, inciden en el desempeño de sus empleados y, por ende, repercuten en el servicio que se ofrece a los clientes.

Por consiguiente, las estrategias de comunicación que las empresas aplican están sujetas a su naturaleza y objetivos que se planifican acorde a sus públicos e intereses. En el caso de los establecimientos de salud, estos son organizaciones que prestan un servicio y su público es heterogéneo, por lo que las estrategias de comunicación deben contemplar estas características.

En este sentido, el presente estudio se orientó en establecer si existe relación significativa entre Comunicación Corporativa y Gestión interna de los establecimientos de salud privado; para ello, se toma como caso de estudio la Clínica Adventista de Quito.

La comunicación corporativa es un elemento útil para la gestión de las organizaciones, pues contribuye con el desarrollo efectivo de cada uno de los procesos de la empresa en la medida que logra que fluya la información y comunicación dentro y

fuera de ella, transmitiendo mensajes que reflejan la identidad, imagen y cultura organizacional. Con la incorporación de nuevos canales de comunicación e información, las empresas que han aprendido a aprovechar estos recursos han encontrado beneficios importantes para la gestión de sus empresas.

Marco Teórico

Comunicación es cualquier comportamiento que tiene como consecuencia un intercambio de significado (Anwar & Abdullah, 2021). La comunicación es la práctica de transmitir información entre los empleados y las organizaciones para que, en función del significado del mensaje, el interlocutor pueda responder (Prabhu et al., 2020). La comunicación es definida por muchos autores como el intercambio de información entre el receptor y el emisor mediante el cual se dirige un mensaje de un punto a otro punto y los comunicadores se asocian todos juntos a través de los canales de comunicación (Abdullah & Afshar, 2019).

La comunicación en una organización es una acción llevada a cabo por una o más personas con las que se comunica cómo enviar, recibir mensajes, en forma, hacer propuestas, discutir para producir retroalimentación en la generación de entendimiento y objetivos generales. Por lo tanto, la comunicación organizacional es inseparable de la existencia de un comportamiento de comunicación interpersonal, de pequeños grupos, de comunicación abierta o de comunicación masiva, llevada a cabo por líderes y subordinados (Kristina, 2020).

Ćorić et al. (2020), señalan que las prácticas de comunicación dentro de la organización incluyen todo el espectro de actividades de comunicación, formales e informales, con el objetivo principal de difundir información a diversos públicos dentro de

la organización. Estas actividades incluyen la comunicación descendente, ascendente y horizontal, y pueden ser iniciadas por cualquier miembro de la organización.

La comunicación ascendente es un proceso interactivo en el cual la información fluye hacia arriba, es decir, desde los subordinados hacia los superiores o desde los empleados hacia la dirección. Es importante tener en cuenta que la cultura de la empresa desempeña un papel fundamental en la definición de una comunicación ascendente adecuada (Nwabueze & Mileski, 2018). En este tipo de comunicación, se deben considerar elementos como la capacidad de escucha activa, la resolución de conflictos, la confianza y la aceptación de opiniones.

La comunicación descendente se produce cuando la información fluye desde la cúspide de la jerarquía de gestión de la organización. Su objetivo principal es informar a los empleados sobre cuestiones laborales, ya sea a través de documentos escritos formalizados o de interacciones cara a cara entre la dirección y los empleados (Mowbray et al., 2019). Este tipo de comunicación se puede entender a través de elementos como el ejercicio de la empatía, la gestión de rumores, la capacidad para establecer objetivos claros, el respeto, el conocimiento del marco legal y el compromiso.

La comunicación horizontal implica la interacción entre colegas y compañeros del mismo nivel dentro de una organización. Se trata de un intercambio lateral o diagonal de información relacionada con la organización, lo cual puede permitir que los colaboradores desarrollen su propio punto de vista (Nicolai, 2018). Este tipo de comunicación se puede entender en términos de clima laboral, apertura al diálogo, transparencia y diálogo efectivo.

Asca et al. (2021), indica que la gestión interna es una forma de dirigir actividades profesionales para conseguir los medios necesarios, objetivos para su realización, es decir, para planificar los sistemas a través de las personas. Un gran número de funciones dentro de la empresa requieren algún elemento de gestión interna. Para que una entidad sea eficiente en su gestión, se debe cumplir con:

Planificación. Es una función administrativa que se realiza con antelación para dar a conocer los objetivos propuestos, es un patrón para el porvenir, es todo lo que la organización desea realizar mediante diversas tareas a ejecutar y deben diseñarse en esta etapa (Escareño et al., 2021).

Organización. Es la forma en que una empresa se estructura para un adecuado funcionamiento, donde cada tarea se desarrolle óptimamente, se establecen las obligaciones, métodos, técnicas y categorías para que se concreten cada uno de los objetivos (Rehman et al., 2019).

Dirección. Es la etapa donde se debe dirigir, orientar y guiar a todos los integrantes de la organización, siempre contando con un líder, son los directivos quienes se van a encargar de acompañar a los colaboradores para concretar los objetivos propuestos. El modelo a considerar debe ser el de gestión colaborativa, que permite la integración de los miembros y el adecuado cumplimiento de tareas (Heredia & Fonseca, 2020).

Control. Deben ser detallados los parámetros que servirán para la evaluación de resultados, donde se pretende analizar e identificar los puntos a mejorar para la adecuada ejecución de funciones. Por otro lado, el control se define como la medición de los resultados reales en base a los planes, la detección de fallas y la toma de medidas adecuadas (Akhmetshin et al., 2018).

La comunicación eficaz es muy importante para los directivos, hay al menos dos razones: la comunicación como proceso para la realización de las funciones de gestión, que van desde la planificación, la organización, la dirección y el control; la comunicación como actividad en la que los directivos pasan una gran parte de su tiempo (Kristina, 2020). Para la ejecución de la presente indagación se han considerado antecedentes internacionales y nacionales, dentro de los cuales se tiene a:

Fernández (2018), realizó un estudio para determinar la relación entre Gestión Administrativa y Comunicación Organizacional en la Caja de Pensiones Militar Policial. Como parte de los resultados se logró identificar que entre gestión administrativa y comunicación organizacional existía una relación positiva y altamente significativa (p valor = ,000; r = ,864**); de igual modo, entre comunicación con planificación (p valor = ,000; r = ,725**), organización (p valor = ,000; r = ,845**), dirección (p valor = ,000; r = ,726**) y control (p valor = ,000; r = ,784**).

Vera (2018), ejecutó un trabajo de investigación con el propósito de determinar la relación entre la gestión administrativa y la comunicación organizacional en la Institución educativa “República de Cuba” N°2040. La pesquisa permitió determinar que entre gestión administrativa y comunicación organizacional existía una relación positiva y altamente significativa (p valor = ,000; r = ,789**); de igual modo, entre comunicación con planeación (p valor = ,000; r = ,693**), organización (p valor = ,000; r = ,690**), dirección (p valor = ,000; r = ,717**) y control (p valor = ,000; r = ,847**).

En la indagación de Oré et al. (2021), se tuvo como propósito el determinar cómo es percibida la comunicación organizacional y la gestión administrativa por parte de los

trabajadores de una Universidad Privada. Se logró determinar una relación positiva entre comunicación organizacional gestión administrativa.

Musheke y Phiri (2021), en su estudio pretendía identificar los factores que afectan a la comunicación eficaz basándose en la teoría de los sistemas. Los resultados para mostraron una correlación estadísticamente insignificante ($r = -0.50$) entre la dirección y el canal de comunicación utilizado.

Zambrano-España & Ormaza-Cevallos (2020), llevaron a cabo un trabajo con el fin de analizar el aporte del proceso administrativo en el fortalecimiento de los emprendimientos de los comerciantes de la ciudad de Portoviejo. El estudio permite inferir que la comunicación es primordial e importante para que el proceso administrativo sea ejecutado adecuadamente.

Alvarado et al. (2020), realizó un estudio para indagar el estado de las fases de los procesos administrativos de las unidades de producción agropecuaria. El estudio ayudó a determinar que la comunicación permite que el proceso administrativo se lleve a cabo de forma correcta.

MÉTODO

Diseño

Los estudios de enfoque cuantitativo se caracterizan por la contrastación de hipótesis, además de que se emplea la estadística para el procesamiento de datos que son cuantificables y sigue los pasos del método científico (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Los estudios de diseño no experimental carecen de estímulo o tratamiento alguno para adulterar las variables de estudio, la información es recolectada en su estado natural (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). La presente indagación

se trabajará con datos cuantificables y no será aplicado ningún estímulo a las variables, por ello responde al enfoque cuantitativo y diseño no experimental.

Las investigaciones de tipo básico son aquellas que se realizan por amor a la ciencia, que no tienen mayor motivación que aportar a la investigación y no tiene incentivo pecuniario, además son empleados como sustento de los estudios aplicados (Ñaupas et al., 2018). Debido a que el presente estudio cumple con lo mencionado anteriormente es que será de tipo básico.

Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), refieren que los estudios de nivel correlacional pretenden establecer la relación que existe entre dos o más variables. En base a ello se tiene que la presente investigación será de nivel correlacional puesto que tiene como finalidad el determinar la relación entre las variables de comunicación corporativa y gestión interna.

Diseño muestral

Cabezas et al. (2018), refiere que la población se conforma por un grupo de sujetos que cumplen y comparten ciertas características que son necesarias para una investigación en particular. El presente estudio se realizó en la Clínica Adventista de Quito, de acuerdo a las características del universo de estudio, se trata de una población finita configurada por el personal contratado por la clínica (administrativo, médico y obrero). La muestra fue de tipo censal, por lo cual los 61 colaboradores de la clínica participaron del estudio.

Técnicas de Recolección de Datos

Para el desarrollo de la investigación fue necesaria la adaptación de dos instrumentos, en el caso de la Comunicación Interna se realizó una adaptación del cuestionario elaborado por Villalobos (2017), cuya validez fue obtenida mediante un criterio de jueces expertos, quienes indicaron resultaba pertinente, relevante y claro; mientras que la confiabilidad de acuerdo al coeficiente de Alfa de Cronbach fue de 93,90%, en cuanto a la calificación de los niveles se puede identificar que la comunicación es Muy adecuada (de 17-33 puntos), adecuada (de 34-50 puntos), poco adecuada (51-67 puntos) e inadecuada (68-85 puntos).

En cuanto a la variable de gestión interna se adaptó el instrumento elaborado por Ortiz (2017), mismo que obtuvo validez de contenido mediante tres jueces expertos, que aprobaron la pertinencia, relevancia y claridad de todos los ítems, además, la confiabilidad fue obtenida mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach con un valor de 0,973; con respecto a los niveles se puede obtener una gestión interna deficiente (de 20-46 puntos), buena (de 47-73 puntos) y excelente (de 74-100 puntos).

Aspectos Éticos

Se respetó en todo momento los principios éticos, la información recaudada solo se empleó para cumplir la finalidad del estudio.

RESULTADOS

Tabla 1

Resultados de correlación entre comunicación corporativa y gestión interna

		Gestión interna
	r	,770**
Comunicación Corporativa	p	.000
	N	61

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Se logró determinar que entre Comunicación corporativa y Gestión interna existe una relación altamente significativa y positiva alta, lo cual indica que a mayor nivel de comunicación corporativa habrá un mayor nivel de gestión interna.

Tabla 2

Resultados de correlación entre comunicación corporativa y planificación

		Planificación
	r	,759**
Comunicación Corporativa	p	.000
	N	61

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Se estableció una relación altamente significativa y positiva alta entre la variable comunicación corporativa y la dimensión planificación, es decir que a medida que se incremente o disminuya la variable también lo hará la dimensión.

Tabla 3

Resultados de correlación entre comunicación corporativa y organización

		Organización
	r	,594**
Comunicación Corporativa	p	.000
	N	61

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

La variable comunicación corporativa y la dimensión organización guardan una relación altamente significativa y positiva moderada, lo que determina que a mejor comunicación corporativa también habrá una mejor organización.

Tabla 4

Resultados de correlación entre comunicación corporativa y dirección

		Dirección
	<i>r</i>	,682**
Comunicación Corporativa	<i>p</i>	.000
	N	61

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Se estableció que comunicación corporativa y dirección tienen una relación altamente significativa y positiva moderada, evidenciando que a mejores niveles de comunicación corporativa habrá un mejor nivel de dirección.

Tabla 5

Resultados de correlación entre comunicación corporativa y control

		Control
	<i>r</i>	,681**
Comunicación Corporativa	<i>p</i>	.000
	N	61

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Se pudo identificar que comunicación corporativa y control guardan una relación altamente significativa y positiva moderada, por lo que al incrementarse la comunicación corporativa también lo hará el control.

DISCUSIÓN

La presente investigación ha logrado identificar que entre comunicación corporativa y gestión interna existía una relación altamente significativa y positiva alta ($r = 0,759$), resultados similares se obtuvieron en los trabajos de Fernández (2018) y Vera (2018) quienes también identificaron que entre las variables ya mencionadas existía una relación altamente significativa y positiva alta con valores r de $0,864$ y $0,789$ respectivamente. Por su parte, Oré et al. (2021), en su estudio pudo determinar que las variables comunicación y gestión poseían una relación positiva; asimismo, Zambrano-España y Ormaza-Cevallos (2020) junto a Alvarado et al. (2020), pudieron inferir que la comunicación es importante y primordial para que el proceso administrativo sea llevado a cabo de forma correcta.

Dentro de los objetivos específicos se pretendía determinar la relación de comunicación corporativa y planificación, los resultados obtenidos reflejan una relación altamente significativa y positiva alta; lo cual coincide con el estudio de Fernández (2018), donde también se obtuvo una relación positiva y altamente significativa ($r = 0,725$), por su parte, Vera (2018), identificó una relación positiva moderada y altamente significativa. El segundo objetivo específico buscaba analizar la relación entre comunicación corporativa y organización, para lo cual se halló que existía una relación altamente significativa y positiva moderada ($r = 0,594$), al igual que en la indagación de Vera (2018), donde se identificó una relación altamente significativa y positiva moderada ($r = 0,690$); mientras que Fernández (2018), evidenció una relación altamente significativa y positiva alta ($r = 0,845$). En cuanto al tercer objetivo se estimaba hallar la relación entre comunicación corporativa y dirección, se pudo determinar que la relación era altamente

significativa y positiva moderada ($,682$); lo cual coincide en gran medida con las pesquisas de Fernández (2018) y Vera (2018), quienes establecieron una relación altamente significativa y positiva alta con valores r de $,726$ y $,717$ respectivamente; sin embargo, Musheke y Phiri (2021) indicaron que la correlación es estadísticamente insignificante ($-,50$) entre la dirección y el canal de comunicación que se emplee para llevar a cabo la gestión interna. Finalmente, el último objetivo específico buscaba establecer la relación entre comunicación corporativa y control, para lo cual se identificó una relación altamente significativa y positiva moderada ($,681$), resultados que son similares a lo obtenido por Fernández (2018) y Vera (2018), donde se logró establecer una relación altamente significativa y positiva alta con valores r de $,784$ y $,847$ entre la variable y dimensión ya mencionadas.

La presente investigación contribuyó a determinar que comunicación corporativa y gestión interna guardan una relación altamente significativa y positiva alta, lo cual evidencia que cada uno de los componentes de la gestión interna pueden incrementarse o disminuir según los niveles de comunicación corporativa; asimismo, comunicación corporativa y las dimensiones organización, dirección, control guardan una relación altamente significativa y positiva moderada, mientras que comunicación corporativa y gestión interna poseen relación altamente significativa y positiva alta. Todos los resultados identificados han permitido establecer una relación positiva entre las variables estudiadas, lo que sugiere que la comunicación corporativa desempeña un papel determinante en el desarrollo de la gestión interna. Por lo tanto, se recomienda el desarrollo de estrategias comunicativas que fomenten la interacción entre el personal

médico y administrativo, con el objetivo de mejorar las gestiones internas y generar un impacto positivo en el éxito del establecimiento.

Asimismo, la elección de una clínica de tamaño pequeño limitó la cantidad de participantes que se pudieron incluir en el estudio. Es posible que la muestra no haya capturado la diversidad y la variabilidad presentes en una población más amplia.

Para futuras investigaciones, se recomienda realizar investigaciones exhaustivas sobre comunicación corporativa que incluyan un mayor número de muestras y utilicen diferentes instrumentos. Además, es importante considerar la comparación entre centros de salud privados y estatales para obtener resultados enriquecedores.

Se sugiere elaborar y validar un plan de mejora basado en los resultados descriptivos obtenidos. Este plan debe incluir actividades sociales, promover la comunicación interna y fomentar el trabajo en equipo, con el fin de fortalecer las relaciones entre el personal. Además, se recomienda al Ministerio de Salud que contribuya a la supervisión de la comunicación interna y la identidad organizacional de los cuerpos médicos. Esta labor debe ser asumida por un organismo independiente y especializado, de manera que las clínicas puedan trabajar en equipo y realizar aportes constantes.

REFERENCIAS

- Abdullah, N., & Afshar, P. (2019). Investigating research and development costs on the profitability of Iranian industries. *Journal of Organizational Behavior Research*, 4(2), 1-14.
<https://odad.org/storage/models/article/JliVvz0zep4oqpKunq00CmFaCmtBHnqgsJDYcGIGI8uDuLAQWYHuVSF8xfI9/investigating-research-and-development-costs-on-the-profitability-of-iranian-industries.pdf>
- Akhmetshin, E., Vasilev, V., Mironov, D., & Zatsarinnaya, E. (2018). Internal control system in enterprise management: Analysis and interaction matrices. *European Research Studies Journal*, 21(2), 728-740.
https://www.um.edu.mt/library/oar/bitstream/123456789/33811/1/Internal_Control_System_in_Enterprise_Management_2018.pdf
- Alvarado, J., Almeida, J., Vélez, G., & Cornejo, D. (2020). Estado del proceso administrativo en las unidades de producción agropecuaria de Santo Domingo, Ecuador. *Revista Espacios*, 41(5), 1-9.
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/78279533/a20v41n05p08-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1651716568&Signature=Bf6EzyicfIYO4pF3eBiV6KJUH6GJ-8jPtYm1H0oNKc0-egHxOcGI0GBX2zWYhooLaQISdutDca6-6n-WJjCXXs4qRI5V1JKs0OVSI8TTAu4jARjmidFHITXyHrFDeuhoGqu-eqwpWGiE86v>
- Anwar, G., & Abdullah, N. (2021). Inspiring future entrepreneurs: The effect of experiential learning on the entrepreneurial intention at higher education. *International Journal of English Literature and Social Sciences*, 6(1), 183-194.
<https://doi.org/10.22161/ijels.62.26>

- Asca, P., Ramos, O., Espinoza, R., & Espinoza, R. (2021). Administrative management in procurement processes in a public sector entity. *Journal of business and entrepreneurial studies*, 5(3), 47-54. <https://doi.org/10.37956/jbes.v5i3.182>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Sangolquí, Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Calleja-Reina, M., Paniagua, F., & Victoria, J. (2018). Herramientas digitales y Comunicación de Crisis: El papel de las redes sociales según la voz de los expertos (2015). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 1147-1167.
<https://doi.org/10.5209/ESMP.62206>
- Cano, I. (2019a). *El marketing y la imagen de marca (CEAC)*. Editex.
- Ćorić, D., Vokić, N., & Verčič, A. (2020). Does good internal communication enhance life satisfaction? *Journal of Communication Management*, 24(4), 363-376.
<https://doi.org/10.1108/JCOM-11-2019-0146>
- Escareño, B., Cervantes, K., & Muñoz, G. (2021). Diseño de un instrumento que identifique bajo la percepción del empleado el desarrollo del proceso administrativo de una PyME. *VinculaTégica*, 7(2), 415-426. <https://doi.org/10.29105/vtga7.1-112>
- Fernández, F. (2018). *Gestión administrativa y comunicación organizacional en la Caja de Pensiones Militar Policial, San Isidro Lima*. [Tesis de maestría. Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13121/Fern%C3%A1>

nde_z_PFT.pdf?sequence=1

Heredia, L., & Fonseca, F. (2020). Collaborative management: the new challenge for the business administrator as a leader in organizations. *Journal of Business and Entrepreneurial*, 4(2), 90-111. <https://doi.org/10.37956/jbes>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México, México: McGraw-Hill Interamericana.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1292/1/Hern%C3%A1ndez-%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n.pdf>

Kristina, K. (2020). The Organizational Communication Perspective Theory. *Journal of Social Science*, 1(3), 61-74. <https://doi.org/10.46799/jsss.v1i3.37>

Mowbray, P., Wilkinson, A., & Tse, H. (2019). Evolution, Separation and Convergence of Employee Voice Concept. In *Employee Voice at Work. Work, Organization, and Employment*. Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-2820-6_1

Musheke, M., & Phiri, J. (2021). The Effects of Effective Communication on Organizational Performance Based on the Systems Theory. *Open Journal of Business and Management*, 9(2), 659-671. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2021.92034>

Nicolai, A. (2018). *The Art of Change: The role of vertical and horizontal communication within organizational change*. Groninga: (Doctoral dissertation, University of Groningen. Faculty of Economics and Business). https://feb.studenttheses.ub.rug.nl/21175/1/Alexandra_H._Nicolai.pdf

Nwabueze, U., & Mileski, J. (2018). Achieving competitive advantage through effective communication in a global environment. *Journal of International Studies*, 11(1), 50-

66. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-1/4>

Naupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodologías de la Investigación Cuantitativa, Cualitativa y redacción de la tesis*. (Quinta edición ed.). Bogotá: Ediciones de la U. <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

Oré, M., Delgado, E., Pecho, Y., Soto, G., & Cordero, E. (2021). How the organizational communication and administrative management is perceived by the workers of a public university. *2021 The 7th International Conference on Frontiers of Educational Technologies* (pp. 181-186). Bangkok: Publication History. <https://doi.org/10.1145/3473141.3473246>

Ortiz, F. (2017). *Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo en la Unidad De Juventudes, Recreación y Deportes de la Municipalidad Distrital de San Borja, 2017*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14638/Ortiz_CFR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Prabhu, N., Nambirajan, T., & Abdullah, N. (2020). Analytical review on competitive priorities for operations under manufacturing firms. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 13(1), 38-55. <https://doi.org/10.3926/jiem.2876>

Rehman, S., Mohamed, R., & Ayoup, H. (2019). The mediating role of organizational capabilities between organizational performance and its determinants. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-23. <https://doi.org/10.1186/s40497-019->

0155-5

Van Riel, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Prentice-Hall.

Vera, C. (2018). *Gestión administrativa y comunicación organizacional en la Institución Educativa "República de Cuba" N° 2040, Comas, 2018*. [Tesis de maestría. Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional - Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/21023/Vera_SC.pdf?sequence=1

Villalobos, L. (2017). *Gestión de procesos institucionales y la comunicación organizacional en la Institución Educativa Dora Mayer – 2017*. [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional - Universidad César Vallejo.

Zambrano-España, M., & Ormaza-Cevallos, M. (2020). Proceso administrativo de fortalecimiento a los emprendimientos de comerciantes de la calle Alajuela de Portoviejo. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 467-486. <https://doi.org/10.23857/dc.v6i3.1410>