

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

“COMUNICACIÓN EXTERNA ENFOCADA EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL
COMMUNITY MANAGEMENT EN HOSPITAL ROOSEVELT”

LILIAN DENISSE ROMÁN CHANQUÍN

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, noviembre de 2014.

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

“COMUNICACIÓN EXTERNA ENFOCADA EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL
COMMUNITY MANAGEMENT EN HOSPITAL ROOSEVELT”

“INFORME FINAL DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO -EPS-”

Presentado al Honorable Consejo Directivo por

LILIAN DENISSE ROMÁN CHANQUÍN

Previo a optar al título de

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesor:

M.A Sergio Morataya

Guatemala, noviembre de 2014

CONSEJO DIRECTIVO

Director

Lic. Julio Estuardo Moreno

Secretaria Administrativa

M.S.C Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento

Lic. Víctor Carillas Brán

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena

Pub. Carlos León.

Representante de Egresados

Lic. Michael González Bátres

Miembros de Terna Examinadora

Lic. Luis Pedroza

(Presidente)

Licda. Floralba Pérez Folgar

(Examinadora)

Licda. Carmen Sierra

(Examinadora)

M.Sc. Sergio Morataya

(Coordinador EPS)



Guatemala, octubre de 2014.

M.A Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación

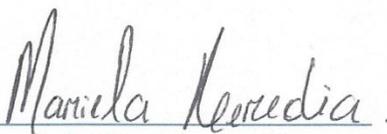
Respetable M.A Morataya:

Deseándole que todas sus labores se estén desarrollando con éxito, me dirijo a usted.

Por este medio le informo que Lilian Denisse Román Chanquín, con número de carné: 200814046, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en Departamento de Comunicación Social de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social MSPAS, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica del 5 de mayo al 14 de julio del 2014. Realizando el proyecto de comunicación "Comunicación externa enfocada en la implementación del Community Management de Facebook y Twitter en Hospital Roosevelt".

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente:


Licda. Mariela Heredia
Jefa de Comunicación Social
Hospital Roosevelt





Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Lilian Denisse Román Chanquín
Carné: **200814046**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Comunicación Externa Enfocada en la Implementación del Community Management Hospital Roosevelt."**

El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez Folgar
Supervisora de EPS



Vo. Bo.



M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de éste trabajo.

RESUMEN

La comunicación en las instituciones públicas es muy importante ya que trae varias consecuencias e impacto para las personas. "Por eso comunicar la Institución pública exige ejercitarse en el procesamiento de la tensión; saber distinguir lo urgente de lo importante; jerarquizar los problemas, así como los recursos humanos y técnicos para resolverlos; organizar bien el tiempo" (Ma. JOSE CANEL, 2007:22) Es decir en la confianza, seguridad, seriedad y eficacia que proyecten los miembros del equipo de comunicación y la organización que se tenga, sabiendo manejar bien su comunicación interna y externa afectara de forma negativa o positiva en la imagen que tenga el público de ella, más aun en las entidades de gobierno como lo es el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de Guatemala, identificada por sus siglas MSPAS.

Por este motivo este informe de Ejercicio Profesional Supervisado se realizó basado en el departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública, tomando en cuenta la importancia que posee por ser una entidad encargada de la Salud y las dimensiones territoriales que alcanza.

En este informe final de EPS se encontrará información básica de la Institución, valores, visión. También se realizó un análisis de encuestas que fueron realizadas los miembros del departamento, entrevista y una radiografía de la situación del departamento en cuanto a comunicación.

También el plan de comunicación realizado para la institución y las diversas estrategias propuestas, basado en el diagnóstico hecho. También encontrará la ejecución de la estrategia elegida, la evaluación final y los resultados obtenidos en la fase práctica del Ejercicio Profesional Supervisado.

Para finalizar las conclusiones y recomendaciones para la institución en base a la ejecución de la estrategia y evaluación realizada de la práctica.

DEDICATORIA

A DIOS

Por su infinita misericordia y por darme la vida, salud, los medios necesarios para poder culminar esta meta y darme la luz para no dejarme vencer.

A MIS PADRES

A Pablo Román y Ángela Chanquín por ser mis héroes, mi ejemplo a seguir, por todos sus sacrificios, su gran amor y ser ese motor que me impulsa a luchar. Los amo con todo mi ser.

A MIS HERMANOS

Pablo, Beny, Freddy, Byron, por ser mi ejemplo de lucha, por su apoyo incondicional, sobre todo por ser mi inspiración para ser mejor cada día. Los amo mucho.

A MIS COMPAÑEROS DE BATALLA

Don Efra, Bea, Romeo, Stephany, por esos 5 años de carcajadas, angustia, aprendizaje, viajes, análisis y hermosos momentos que dejaron una enorme amistad que dejó nuestra carrera.

A MI FAMILIA

En general por su apoyo y soporte en todo momento. En especial a mi tía Celia Chanquín por ser como mi segunda mamá en varias ocasiones, a mis primos Ale, Vero y Luis, por ser como mis hermanos menores. Los quiero mucho.

A MIS AMIGOS

De la Universidad y de Fábrica de Sonrisas por motivarme, enseñarme a sonreír, darme su apoyo, palabras de ánimo, su valiosa amistad y ser la familia que escogí.

A MIS ANGELES EN EL CIELO

Paola Marchena y Ruby Santisteban porque en vida me dieron su amor, de quienes aprendí grandes lecciones de vida y me apoyaron en días grises, gracias por motivarme a luchar por esta meta.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por ser mi casa de estudios y darme la oportunidad de ser una profesional egresada de la gloriosa y Tricentenario Universidad de San Carlos.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por todo el conocimiento otorgado en las aulas para poder ser hoy una profesional de la comunicación.

A MIS CATEDRATICOS

Por regalarme su conocimiento, experiencia, tiempo y singular apoyo en todo momento, en especial a Floralba Pérez, Tito Velásquez, Checha Paiz, Jairo Alarcón y Mario Campos.

A MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

En especial Comunicación Social y las autoridades que dirigen este departamento, por abrirme las puertas al conocimiento y experiencia que hicieron posible alcanzar ésta meta.

ÍNDICE

CAPÍTULO I

1. OBJETIVOS	
1.1 Objetivos Generales	2
1.2 Objetivos Específicos	2
2. ANTECEDENTES	
2.1 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social	3
2.2 Misión	4
2.3 Visión	4
2.4 Organigrama	5
3. METODOLOGÍA	6
3.1 Descripción del Método	6
3.2 Tipo de Investigación	6
3.3 Instrumentos	6
3.4 Cronograma	7
4. INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS	
4.1 Entrevista a Director de Comunicación Ministerio de Salud Pública Y asistencia Social.	8
4.2 Entrevista a Jefa de comunicación social de Hospital Roosevelt	10
4.3 Entrevista a Miembro del equipo de comunicación Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.	11
5. INTERPRETACIÓN Y GRAFICAS DE DATOS ENCUESTA	12
5.1 Preguntas 1 y 2	12
5.2 Preguntas 3 y 4	13
5.3 Preguntas 5 y 6	14
5.4 Preguntas 7 y 8	15
5.5 Preguntas 9 y 10	16
5.6 Preguntas 11 y 12	17
6. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL.	
6.1 Descripción del Departamento de Comunicación	18
6.2 Descripción de Comunicación Interna	19

6.3 Descripción de la Comunicación Externa	21
6.4 Descripción de la Infraestructura	24
6.4.1 Mobiliario y equipo tecnológico	24
6.4.2 Oficinas	25
6.5 Radiografía de Departamento de Comunicación de Ministerio De Salud Pública y Asistencia Social.	26

CAPÍTULO II

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

7. OBJETIVOS	
7.1 Objetivo General	28
7.2 Objetivos Específicos	28
8. ANTECEDENTES	29
9. RADIOGRAFÍA DE MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL	30
10. PÚBLICO OBJETIVO	31
11. MENSAJE	32
12. ESTRATEGIA	32
13. PLANES DE COMUNICACIÓN	
13.1 Estrategia de comunicación Interna	33
13.2 Estrategia de comunicación Externa	36
13.3 Estrategia de comunicación de Crisis	46
13.4 Estrategia de comunicación Corporativa	48
13.5 Estrategia de comunicación de Relaciones Públicas	49
14. CALENDARIO	53
15. PRESUPUESTO	55

16. CONTROL Y SEGUIMIENTO	
16.1 Estrategia de comunicación Interna	56
16.2 Estrategia de comunicación Externa	57
16.3 Estrategia de comunicación de Crisis	58
16.4 Estrategia de comunicación Corporativa	59
16.5 Estrategia de comunicación de Relaciones Públicas	60

CAPÍTULO III

17. ESTRATEGIA	62
18. DISEÑO DE IMAGEN DE FANPAGE	63
19. REDACCION DE CONTENIDO INFORMATIVO DE FANPAGE	64
20. BITACORA DE PUBLICACIONES DIARIAS EN FACEBOOK	67
21. PROPUESTA DE TEMAS PARA BOLETINES	68
22. COBERTURA DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL HOSPITAL ROOSEVELT	70
23. CHARLA PARA INTEGRANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL “COMUNIDADES VIRTUALES”	77
24. REDACCION DE BOLETINES	78
25. APORTE EN REDACCION PARA REVISTA VIRTUAL	79
26. DISEÑO Y REDACCION DE INFOGRAFÍAS	80
27. PROMOCION DE REDES SOCIALES	82
28. MANUAL DE USO Y MANEJO DE REDES SOCIALES	83
29. TEMAS DE CONFERENCIA “COMUNIDADES VIRTUALES”	84

CAPÍTULO IV

30 .ESTRATEGIA	86
31. EVALUACIÓN DE FACEBOOK:	87
31.1 Análisis de personas	87
31.2 Análisis de clics en “me gusta” a fanpage	89
31.3 Publicaciones en fanpage	93
31.4 Alcance total de fanpage	95
32. EVALUACIÓN DE TWITTER	98
33. EVALUACIÓN DE MANUAL DE REDES SOCIALES	100
34. VISITA DE SUPERVISIÓN ASESORA EPS	102
35. VISITA DE SUPERVISIÓN A CONFERENCIA	104
36. CONCLUSIONES	106
37. RECOMENDACIONES	107
38. ANEXOS	
38.1 Fotografías	108
38.2 Modelo de Encuestas	110
38.3 Transcripción de Entrevistas	113
39. BIBLIOGRAFÍA	122

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO

1. OBJETIVOS
2. ANTECEDENTES
3. METODOLOGÍA
4. INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS
5. INTERPRETACIÓN Y GRAFICAS DE DATOS ENCUESTA
6. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DE MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL.
Descripción del Departamento de Comunicación
Descripción de Comunicación Interna
Descripción de la Comunicación Externa
Descripción de la Infraestructura
Mobiliario y equipo tecnológico
Radiografía de Departamento de Comunicación de Ministerio De Salud Pública y Asistencia Social.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETIVO GENERAL

Identificar el estado de los procesos de comunicación del departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia social.

1.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Observar las actividades de cada área del departamento de comunicación y su importancia.
- ✓ Indagar sobre el ambiente laboral y relaciones de poder entre el equipo de trabajo.
- ✓ Definir las tareas y actividades que corresponden a cada área del departamento de comunicación.
- ✓ Pronosticar la situación general de comunicación en el departamento
- ✓ Identificar falencias, necesidades y situaciones que vayan en detrimento del desempeño del personal del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

2. ANTECEDENTES

2.1 MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social se encarga de brindar a todas y todos los habitantes de Guatemala el derecho a la salud, el acceso a centros de atención y hospitales en todo el país, así como la organización y control del financiamiento de los recursos para promocionar la salud, prevenir enfermedades y cubrir necesidades básicas de la población.

El Ministerio está dirigido por el Dr., Jorge Villavicencio desde el 2 de mayo de 2012 a la fecha, nombrado por el presidente Otto Pérez Molina.

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social cuenta actualmente con tres Viceministros: Viceministro Administrativo a cargo del Licenciado William Sandoval Pinto, Viceministro Técnico, el Ingeniero Manuel Galván y Viceministro Hospitalario Dr. Marco Vinicio Arévalo.

Las funciones primordiales como Ministerio de Salud están estipuladas Art. 39 de la Ley del Organismo Ejecutivo, que a continuación se describen:

- a) “Proponer la normativa de saneamiento ambiental y vigilar su aplicación.”
- b) “Velar por el cumplimiento de los tratados y convenios internacionales relacionados con la salud en casos de emergencia por epidemias y desastres naturales.”
- c) “Realizar estudios y proponer las directrices para la ejecución de programas de vigilancia y control epidemiológico.”
- d) “Formular y dar seguimiento a la política y los planes de salud pública y, administrar, descentralizadamente, los programas de promoción, prevención, rehabilitación y recuperación de la salud, propiciando a su vez la participación pública y privada en dichos procesos y nuevas formas de financiamiento y mecanismos de fiscalización social descentralizados.”
- e) “Administrar en forma descentralizada el sistema de capacitación y formación de recursos humanos en el sector salud.”
- d) “Proponer las normas técnicas para la prestación de servicios de salud y coordinar con el Ministerio de Comunicaciones, Infraestructura y Vivienda las propuestas de normas técnicas para la infraestructura del sector.”

Como Institución posee misión, visión y valores por los cuales se rigen para lograr un óptimo desempeño a continuación se presenta cada uno de ellos.

2.2 Misión

“Guiar, organizar y/o respaldar una respuesta ampliada y dirigida a integrar, fortalecer, extender y diversificar los servicios y programas de salud públicos, hospitalarios y privados.”

Finalidad de la misión:

Ejercer la función de rectoría en el sistema nacional de salud del país.

Mejorar el estado de salud y bienestar de la población

Optimizar la planificación, la implementación, la administración y la evaluación de los sistemas de entrega de los servicios de salud.

2.3 Visión

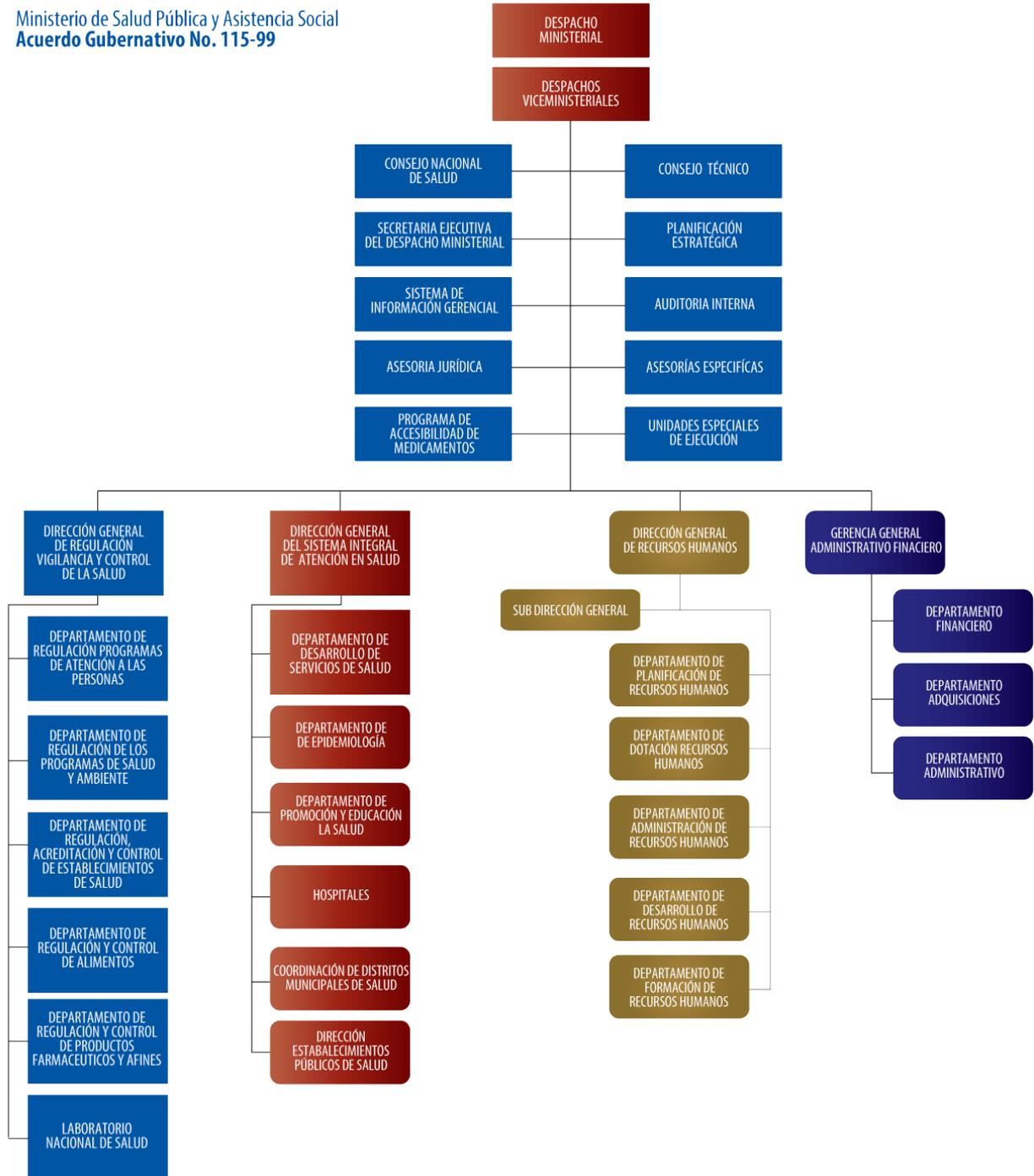
“Personas viviendo y construyendo comunidades saludables”

Dentro de sus principios y valores sobresalientes tenemos que el Ministerio busca:

- Satisfacer las necesidades de los individuos, las familias y las comunidades
- Facilitar el acceso a la atención apropiada, a tiempo y en el lugar adecuado.
- Articular las relaciones con todos los sectores para optimizar los servicios
- Garantizar estándares de calidad de atención
- Optimizar la utilización de los recursos
- Incrementar la efectividad del sistema
- Ofrecer servicios con equidad de género, pertinencia cultural, respeto y dignidad

2.4 ORGANIGRAMA

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
Acuerdo Gubernativo No. 115-99



3. METODOLOGÍA

Este diagnóstico fue enfocado en el método descriptivo en base a la definición descrita por Gabriel Piloña (2008) en su libro Guía Práctica sobre Métodos y Técnicas de Investigación Documental y de Campo, donde hace referencia al método descriptivo como un estudio que describe un hecho o fenómeno, relata una situación lo más específico posible mediante mediciones, evaluaciones en un enfoque cuantitativo y sus aspectos de forma, presencia, relación y entorno desde el enfoque cualitativo. El proceso de diagnóstico se fundamentó en libros, revistas, manuales, artículos y entrevistas especializadas. También se consultaron algunos artículos web, reportajes, tutoriales y otros documentos que fueran de aporte complementario.

La primera técnica del diagnóstico fue la observación participante, que fue realizada en las instalaciones del departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social del área metropolitana ubicado en la zona 11 capitalina durante 3 días para conocer las instalaciones y áreas de trabajo. En esta actividad fue utilizada una guía de observación de apoyo para anotaciones importantes y un cuaderno de notas.

La observación pretendía indagar, conocer, precisar todos los procesos de comunicación interna y externa efectuados por el departamento así como el funcionamiento de cada área, instalaciones y canales de comunicación utilizados. También fue de vital ayuda para elaborar el cuestionario de preguntas para las encuestas realizadas posteriormente y planear el proceso de recolección de más información.

Durante el proceso se efectuó entrevista libre, dirigida, para el coordinador general del departamento la cual fue libre y con ráfaga de preguntas. Se realizó una guía estructurada para mantener un orden y captar la mayor cantidad de información posible.

Otra técnica utilizada fueron las encuestas. Se realizó un censo a la población que se conformó por todos los miembros del departamento de comunicación del Ministerio de Salud y Asistencia Social del área metropolitana, los cuales se dividían en tres segmentos: oficinas centrales del departamento de comunicación, oficinas del departamento en el Hospital Roosevelt y oficinas de comunicación en el Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas DRPAP, con un total de 20 encuestas ejecutadas en las instalaciones de cada sector.

La encuesta contenía preguntas cerradas y un total de 12 preguntas. Tomando en cuenta aspectos como claridad, simpleza y precisión para ser interpretadas fácilmente.

3.4 CRONOGRAMA

Actividad	SEMANA 3 al 7 febrero	SEMANA 19 de marzo	SEMANA 21 al 23 de marzo	SEMANA 24 al 28 de marzo
Presentación y entrega de carta en oficinas centrales de Ministerio de Salud Pública y Asistencia social	x			
Etapas de observación	x	x	x	
Entrevista al coordinador MSPAS		x		
Interpretación de entrevista			x	
Encuestas al personal MSPAS*		x		
Tabulación de resultados de encuestas				x
Elaboración de informe final		x	x	x

4. INTERPRETACIÓN DE ENTREVISTAS

4.1 Entrevista dirigida a

Nombre: Lic. Gustavo Barillas

Cargo: Jefe del departamento de comunicación social de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

A la pregunta realizada al Jefe del departamento de comunicación sobre cuantas personas están a su cargo, comentó que bajo su responsabilidad tiene 44 hospitales y 34 áreas de salud, las cuales poseen como mínimo un comunicador y máximo siete, tal como en el Hospital San Juan de Dios y Roosevelt que tienen 6 y 7 comunicadores, haciendo un total de aproximadamente 150 personas. También a su cargo está el equipo de comunicación que trabajan cerca de su persona es decir en el área metropolitana, ubicados en el viceministerio de salud pública, la cobertura a los programas de salud y el área técnica y administrativa, siendo así 25 personas más. También expresó tener a su cargo cuatro unidades, estas son: departamento de comunicación, unidad de acceso a la información, atención al ciudadano y denuncia.

El licenciado Barillas dijo que utiliza dos canales de comunicación primordialmente para informar a su equipo de trabajo; uno el correo electrónico donde envía cada domingo la agenda semanal de trabajo, y el segundo es mensaje de texto por whatsapp. Algunas veces llamadas telefónicas para informar actividades programadas de último momento. Considera que su posee una buena relación de trabajo con su equipo y procura mantener buena comunicación y un clima armonioso, propiciando la empatía, procurando que todos sepan hacer el trabajo de todos ya que en algún momento dado pueden tener las mismas responsabilidades.

Entre los canales utilizados para comunicar las actividades del ministerio a los trabajadores del mismo, mencionó que redactan boletines diariamente que se colocan en Facebook y Twitter, la página oficial del ministerio y fondos de pantalla en red que refleja en los monitores de todas las maquinas del ministerio información relevante.

En cuanto al POA comentó que cada unidad o departamento realiza un POA de su área anualmente pero como director puede tener injerencia sobre los fondos de cualquier unidad, así como su memoria de labores, la cual es trabajada en conjunto con la unidad de planeación estratégica del ministerio, asesorando comunicación en la diagramación del mismo.

Indicó que realiza FODA dependiendo de cómo va surgiendo la necesidad, basándose en el plan estratégico que autoriza el ministro ya que también los sindicatos tienen influencia para fortalecer o desestimar algún aspecto del mismo.

Con respecto al acceso a esta información dijo ser información confidencial, el documento de memoria de labores si puede ser accesible para el público. Para saber el monto asignado a comunicación se puede averiguar en Finanzas públicas o SICOIN. Indico que cada unidad ejecutora tiene asignado presupuesto y debe administrarlo según las necesidades que así lo tenga, pero se les da apoyo a todos los hospitales y áreas de salud cuando ya no tienen fondos para poder ejecutar alguna actividad.

A la pregunta realizada sobre que piensa si cuentan con los recursos óptimos para ejecutar bien su plan estratégico expreso que sí y no, ya que con la cantidad que se le ha asignado para trabajar ha podido satisfacer todas las necesidades en comunicación a pesar de haberse pasado un poco en el presupuesto, debido a que ahora se le da cobertura al ministerio a nivel nacional a todos sus hospitales y áreas de salud, viceministerios toda área ejecutora y no solamente se le da cobertura al ministro como en gestiones anteriores solía hacerse. Ahora se da apoyo en logística, pautas, material gráfico, imagen y programas preventivos, así como lo que se desea fortalecer en comunicación.

4.2 Entrevista dirigida a:

Nombre: Licda. Mariela Heredia

Cargo: Jefa de la oficina de comunicación en Hospital Roosevelt

La licenciada Heredia, jefa de comunicación social del hospital Roosevelt indico que hace un mes y medio aproximadamente asumió el cargo en el área y en este tiempo realizo un FODA para poder organizar bien las labores. Entre las funciones que le corresponden están programación de conferencias, atención a medios, elaboración de planes, planificación de actividades y también como vocera.

Indico que no poseen con un presupuesto asignado al departamento sino se rigen por las necesidades que vayan surgiendo se avocan al director del hospital para la autorización del algún presupuesto o con el director general de comunicación.

Entre los canales que utiliza para comunicarse con su equipo de trabajo está el chat de whatsapp, mensajes de texto, llamadas y reuniones. Mientras que los canales para comunicarse con personal del hospital usa llamadas telefónicas, reuniones y mensajes masivos en los monitores de las computadoras del hospital, así como correos electrónicos, dicha información en monitores puede ser puesta por cualquiera de los miembros del departamento.

Entre las actividades contempladas para fortalecer la comunicación interna del hospital es la actualización de la base de datos de los correos electrónicos y dividirlos por áreas, es decir correos de médicos, enfermeras, personal administrativo, etc. Que aún no se tiene. Con el equipo de trabajo suelen celebrar los cumpleaños, pero debido al retraso al pago de sueldos aún no han podido realizar actividades extra laborales, aunque si se piensa en un futuro realizar alguna actividad.

En situaciones de tensión o crisis en el hospital expreso no contar con un plan específico de acción, más bien las indicaciones que tienen es dejar que se encargue el ministerio directamente, el vocero general de comunicación social o alguna doctora autorizada por el hospital.

4.3 Entrevista dirigida a:

Nombre: Licda. Regina Bolvito

Cargo: encargada de acceso a información y miembro del equipo de comunicación de Hospital Roosevelt con más tiempo de laborar en ese sector.

Durante la entrevista comentó que el equipo de comunicación trabaja planes estratégicos de comunicación a cargo del departamento y por lo general son anuales, acoplándose a las peticiones que tenga la administración y abierto a modificaciones en el transcurso del mismo año de ejecución. El año 2013 se trabajaba foda por cada miembro del equipo pero este año 2014 se realizó una reestructuración de personal y está acoplándose a las actividades del departamento en el hospital. Realizan una memoria de labores a nivel general y las funciones de cada uno son designadas por la persona que coordina la oficina de comunicación, en este caso la licenciada Mariela Heredia. En cuanto al POA, desconocen a la persona que lo realiza y no tienen una participación directa en su elaboración.

La licenciada nos comenta que sus funciones primordiales como oficina de comunicación en el hospital es de informar y educar a todo el público a través de la página web, carteleras dentro del hospital y boletines, con los trabajadores los canales que utilizan son carteleras alrededor del hospital, pagina web, correos electrónicos y computadoras en red. Algunas veces la planta telefónica para voceo de información. Todos estos canales son manejados por el departamento y algunas veces con el soporte de informática. Atienden a los medios de comunicación con noticias de relevancia o entrevistas que soliciten.

Al respecto del presupuesto manifestó que desconoce la cantidad exacta, pero que el hospital no tenía ningún presupuesto asignado para comunicación, más bien dirección general del Ministerio asignaba uno para el departamento.

Dentro de las actividades extra laborales realizadas por el departamento, expuso que sí realizaban las celebraciones de cumpleaños. En años anteriores se tenían estipuladas actividades pero debido a la reestructuración del personal hay que retomar dichas actividades. Con respecto a las actividades extra laborales del hospital ha dicho que están en pláticas sobre llevar a cabo alguno con el personal del hospital, ya que no se ha podido realizar ninguna.

5. INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS

5.1



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Los canales de comunicación que son mas utilizados por el jefe para transmitir la información al equipo son email, chats de Whatsapp, llamadas y reuniones, en menor grado están mensajes de texto MSM, Facebook o circulares. Sin embargo todos los canales son utilizados.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

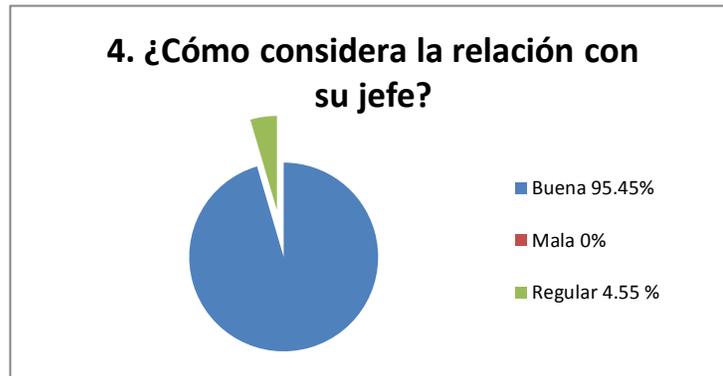
Los resultados obtenidos demuestran que el jefe de comunicación mantiene una comunicación fluida con su equipo de trabajo, ya que utiliza diariamente la mayoría de los canales de comunicación.

5.2



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

El equipo de comunicación elige comunicarse con su superior a través de chat de whatsapp, en reuniones y llamadas telefónicas como primeras opciones y con poca diferencia emails y mensajes de texto como segunda opción, esto indica que se mantiene comunicado con su superior.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

La mayoría de integrantes del departamento se siente cómodo y a gusto con la relación que maneja con su jefe y un porcentaje mínimo regular.

5.3



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

El total de las personas encuestadas, miembros del departamento de comunicación considera bueno el trabajo realizado por el mismo. Ninguna persona manifestó que fuera malo o regular.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Los miembros del departamento de comunicación utilizan las llamadas telefónicas y mensajes de la red social Whatsapp de igual forma para comunicarse con sus compañeros primordialmente. Las reuniones y el uso de email también se encuentran entre los canales que más usan y en menor grado los mensajes de texto o Facebook. La comunicación cara a cara se encuentra dentro los canales más usados, sin embargo es el de menor porcentaje de estos.

5.4



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

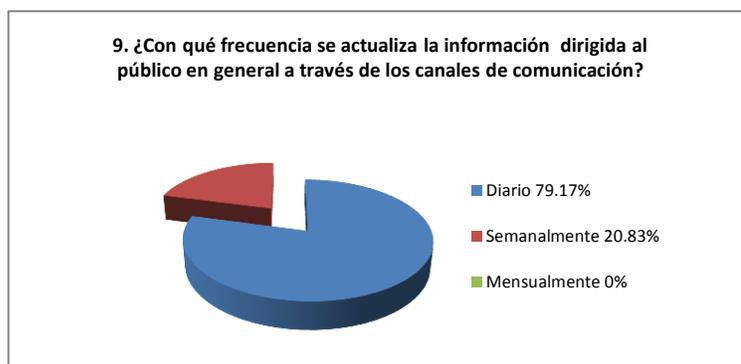
Los miembros del departamento realizan actividades extra laborales, entre ellas la más realizada es la convivencia fuera de la oficina. Los deportes, bienvenida a personal nuevo y eventos del MSPAS son hechos con la misma frecuencia ya que se encuentran con porcentajes muy parecidos. La actividad que no se realiza es la promoción de excursiones.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

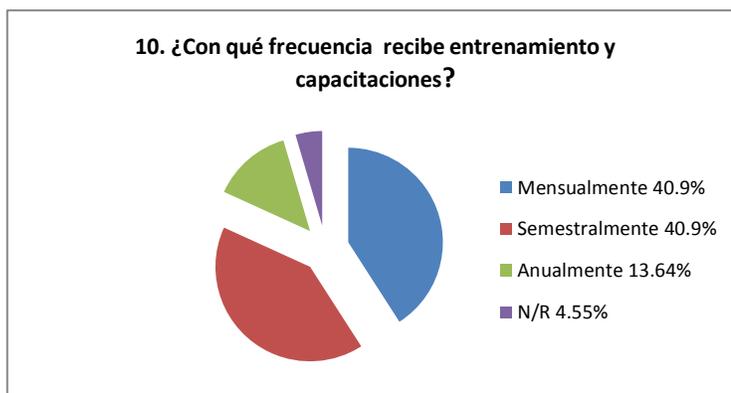
Los resultados de esta pregunta demuestran que se trabaja con todos los canales con frecuencia, ya que los porcentajes de uso difieren en poca cantidad. El canal más utilizado es el boletín, seguido por la página web y la red social de Facebook.

5.5



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Las personas encuestadas respondieron en mayor porcentaje que la frecuencia con la que se actualiza es diariamente. Algunos y en menor frecuencia cada semana.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

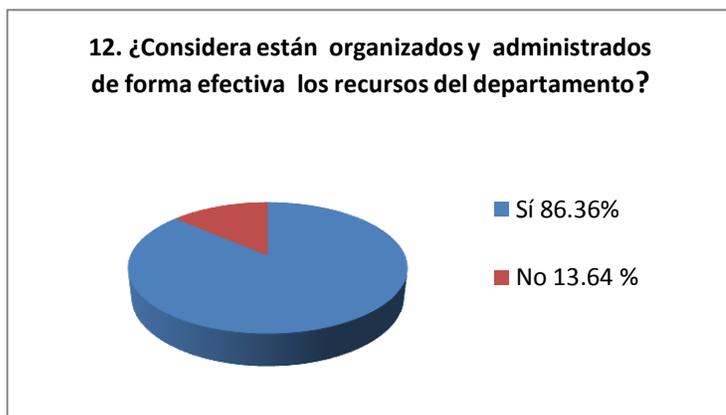
Dos grandes porcentajes, que representan dos partes del equipo de comunicación respondieron que recibe capacitación mensualmente, el otro grupo semestralmente, un pequeño porcentaje anualmente y reducido grupo no respondió. Esto demuestra que algunos reciben más capacitaciones que otros, siendo no equitativa las oportunidades de conocimiento y capacitación para todos.

5.6



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Más de la mitad del equipo de comunicación manifiesta contar con las herramientas necesarias para realizar su trabajo. Casi una tercera parte considera que posee solo lo indispensable y el resto niega tener lo necesario para trabajar.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Un porcentaje alto del equipo de comunicación piensa que los recursos están organizados de forma efectiva mientras que un grupo pequeño considera que no.

6. DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

6.1 DESCRIPCIÓN DEL DEPARTAMENTO:

Tal como dice Ma. Jose Canel en su libro *Comunicación en las Instituciones Públicas* (2007:20) desde la llegada al despacho todo es información, llamadas que se reciben de unidades dependientes, de otros cargos de institución, devolución de llamadas, reuniones a las que se asisten, preguntas al director, ciertamente es una descripción de cómo se vive en el departamento de comunicación del MSPAS*.

El departamento de comunicación del MSPAS, que pertenece a Despacho en el organigrama general, es el encargado de velar por la imagen pública del Ministerio a nivel nacional, así como de sus dirigentes. Es importante resaltar que “comunicar la institución pública exige ejercitarse en el procesamiento de la tensión; saber distinguir lo urgente de lo importante, jerarquizar los problemas, así como recursos humanos y técnicos para resolverlos” (Canel, Ma. Jose 2007:22) ya que es el día a día del departamento de comunicación, ya que como departamento tiene a su cargo la divulgación de campañas de salud a través de los medios de comunicación por todo el país, apoyar las diferentes áreas de salud y al departamento de regulación de los programas de atención a las personas, donde se encuentran estipulados 20 programas para la salud que promueven la salud preventiva de los guatemaltecos. Es encargado de la comunicación interna y externa en los diferentes hospitales y viceministerios, es decir, trato con los medios, entrevistas, boletines, comunicados, convocatorias a eventos, montaje de eventos, monitoreo de medios, community manager en redes sociales de mayor influencia como twitter y Facebook. El equipo del departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social del área metropolitana se encuentra distribuido en:

Oficinas centrales zona 11.

Comunicación social Hospital Roosevelt.

Viceministerio de Salud Pública y Asistencia Social zona 1.

Oficinas de comunicación en DRPAP zona 11.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

6.2 DESCRIPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

REUNIONES DE TRABAJO

Un día a la semana los miembros del equipo de comunicación se reúnen en la oficina central del departamento por la tarde para discutir, planificar y dar a conocer la agenda de trabajo que se tiene próximamente, así como evaluación y cumplimiento de metas, eventos realizados, propuestas de trabajo, campañas y solicitudes que se tengan en todos los niveles, dudas, inquietudes y la solución de algún conflicto que esté ocurriendo.

CORREO ELECTRONICO SEMANAL

Todos los sábados o domingos por la noche el director del departamento de comunicación envía a los miembros del equipo ubicados en oficinas centrales y DRPAP* la agenda de trabajo semanal. El contenido del correo es una tabla de tareas asignadas para cada uno como cubrimiento de eventos en el área metropolitana o rural, conferencias y horarios de reuniones o juntas y la autoridad a la que deben darle acompañamiento.

CHAT EN GRUPO DE WHATSAPP

El chat de la red social Whatsapp es utilizado con frecuencia para recordatorio de eventos, dar información de último minuto, cambios, confirmaciones o para dialogar de vez en cuando algunas cosas extra laborales.

LLAMADAS TELEFÓNICAS

Un recurso muy utilizado para comunicar información urgente con el personal que se encuentra fuera cubriendo eventos. Para poder informar una situación de último minuto de forma directa a una persona. O eventos que surgen de emergencia.

MENSAJES DE TEXTO

Es el menos utilizado, pero en ocasiones es utilizado como un recurso útil.

COMPUTADORAS EN RED

La oficina de comunicación del Hospital Roosevelt cuenta con el servicio de computadoras en red, que consta de conectar todas las computadoras para que reciban mensajes en los monitores de las computadoras al encenderlas con noticias, información importante para el personal del hospital enviado por el equipo de comunicación.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

REVISTA INTERNA DEL HOSPITAL

La revista interna es de uso exclusivo del Hospital Roosevelt y contiene información preventiva sobre temas de salud, avances y logros del hospital en diversas áreas, noticias administrativas o de congresos realizados, reportajes. Esta revista es enviada por correo electrónico a los trabajadores del hospital y a su vez está inmersa en la página web del nosocomio. Dicha revista cumple con la función de comunicar de forma interna y externa.

ACTIVIDADES EXTRA LABORALES

- TORNEOS DE FUTBOL

Durante el 2013 se organizó un torneo de futbol, donde después de horas laborales se realizó un torneo entre el equipo de comunicación donde habían equipos integrados por mujeres y hombres. En esa ocasión se realizaron competencias mixtas hombres y mujeres y separadas. Para este año 2014 el equipo de comunicación pretende realizar la misma dinámica.

- ORGANIZACIÓN DE COMIDAS

Al igual que los torneos de futbol durante el 2013 el equipo de comunicación compartió en almuerzos y cenas para la celebración de cumpleaños, bienvenida a un miembro nuevo del departamento o solamente para convivir como equipo. Estas actividades fuera del horario laboral. Estas actividades darán inicio próximamente ya que por falta de presupuesto aún no han iniciado.

- EVENTOS SOCIALES ORGANIZADOS POR EL MINISTERIO

Los miembros del equipo de comunicación también participan en actividades que el ministerio realiza en pro de los trabajadores, tales como capacitaciones, conmemoración de fechas especiales o convivios.

6.3 DESCRIPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

BOLETINES DE AVANCES E INFORMACION PREVENTIVA

Cada semana todos los miembros del departamento de comunicación redactan boletines con información que debe contener salud preventiva, eventos realizados por los directivos del Ministerio o avances en temas de salud. Estos boletines son utilizados para informar a la población y trabajadores del Ministerio de salud, son colocados en la red social de Facebook y Twitter así como en carteleras del hospital, oficinas centrales y oficinas del DRPAP*. Algunos boletines de prensa son solicitados específicamente por medios de comunicación escrita.

CARTELERAS

El equipo de comunicación tiene a su disposición cerca de 23 carteleras para dar a conocer sus boletines o dejar información importante a los ciudadanos. En su mayoría están ubicadas en los pasillos del hospital Roosevelt en sótanos, pediatría, consultas externas. Estas carteleras son observadas por el personal del hospital, es decir: médicos, enfermeras, estudiantes y sobre todo pacientes de las consultas externas que esperan ser atendidos y los familiares de personas internadas en los diversos niveles. Existen pocas en las oficinas centrales en el edificio del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social en las gradas del mismo que son apreciadas por el personal que labora en diferentes oficinas. Las carteleras cumplen la función de comunicación interna y externa ya que son observadas y dirigidas para el personal del hospital y pacientes o familiares.

ENTREVISTAS PARA EL CANAL DE GOBIERNO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESCRITA, TELEVISION, RADIO TGW Y RADIO UNIVERSIDAD

Tanto en hospitales como en las oficinas centrales del departamento de comunicación se otorgan entrevistas a los medios que lo soliciten, el equipo de comunicación realiza la convocatoria o responde a la solicitud de cualquier medio que requiera entrevistas con alguna autoridad. La persona encargada de dar entrevistas autorizada por el Ministro es única y exclusivamente el vocero del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, quien acude a la convocatoria de medios cuando es necesario. En el caso de los Hospitales el director del hospital, subdirectores de áreas y la vocera del mismo.

APOYO PARA MONTAJE DE EVENTOS Y ACOMPAÑAMIENTO DE AUTORIDADES

Todas las semanas el equipo de comunicación se rota para cubrir todos los eventos que estén designados en la agenda de trabajo. Estos eventos pueden ser dentro de la ciudad o en los departamentos. Muchos de ellos son para fotografiar y recolectar información para boletines. El montaje de eventos está a cargo del departamento de comunicación generalmente, cuidando lugar de reuniones, audio, mobiliario, contacto con los medios de comunicación si fuese necesario.

PUBLICIDAD GRÁFICA

Dentro de la publicidad gráfica que se maneja están algunos afiches que son solicitados para campañas estipuladas en el año, mantas o boletines.

REDES SOCIALES

El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social cuenta con Facebook (Ministerio de Salud) donde publica fotografías de los eventos realizados por las autoridades máximas del mismo, inauguraciones, talleres, conferencias, jornadas médicas, abastecimientos y boletines con reseñas de dichas actividades o salud preventiva.

También cuenta con Twitter (@mspas) en el cual se encuentra ligado a Facebook, por esta razón solamente se sincroniza la información subida a Facebook y aparecen tweets informando que fotos fueron subidas.

Ambas cuentas son manejadas exclusivamente por el departamento de comunicación del MSPAS*. Diariamente y durante todo el día se mantiene actualizada con la información antes descrita.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

PAGINA WEB

El MSPAS* cuenta con una página de internet donde informa todo tipo de actividades realizadas por el mismo, imagen corporativa, logros y avances, estructura, sectores en los que se divide y una sección de noticias y salud preventiva, en ésta área se encuentran boletines redactados por el departamento de comunicación y una revista con información relevante del Ministerio.

Esta página es manejada por el departamento de informática, interviniendo en el área de noticias el departamento de comunicación con boletines que ahí son colocados. El acceso a esta página web es libre, tanto público en general como trabajadores del Ministerio pueden informarse.

REVISTA ELECTRÓNICA

Dentro de la página web del MSPAS*, específicamente en el área de noticias podemos encontrar una revista electrónica, la cual contiene información relevante de las acciones ejecutadas por el Ministerio a nivel nacional, sobre abastecimientos, nuevos centros de salud, logros, talleres congresos y sobre temas de salud y prevención.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

6.4 DESCRIPCIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA

6.4.1 MOBILIARIO Y EQUIPO TECNOLÓGICO

“En puestos de comunicación, lo que se hace o dice, o lo que se pone en boca de alto cargo y de la institución, es crucial. Todo es de gran importancia, pues todo tiene consecuencias públicas” (MA.JOSE CANEL, 2007:22) como lo citado anteriormente el trabajo de un comunicador es vital y sumamente importante en las instituciones ya que depende de él que la imagen del lugar se mantenga positiva o no, por esa razón es necesario analizar también que cosas facilitan o dificultan su trabajo, y entre ellos están las herramientas necesarias para realizarlo.

En cuanto al mobiliario y equipo,

EQUIPO DE CÓMPUTO

Cuentan con siete computadoras con los implementos básicos, teclado, mouse, CPU, monitor, así como una impresora y fotocopidora en oficinas centrales. Tres computadoras en el área de comunicación del Hospital Roosevelt y ninguna en la oficina de DRPAP. Estas computadoras están a la disposición de todo el equipo de comunicación y todos los departamentos para realización de boletines, edición de videos y fotografías y los diseñadores gráficos.

INTERNET

Poseen conectividad en red de internet con intensidad de señal media todas las computadoras al servicio del departamento.

SOFTWARES PARA EQUIPOS DE CÓMPUTO

Tienen software de programas de edición de imágenes o video básicos debido a la reducida capacidad de memoria que poseen las computadoras y la capacidad de la misma para la instalación de mejores o más programas para los diseñadores gráficos.

CAMARAS DE FOTOS/ VIDEO Y EQUIPO FOTOGRAFICO

Poseen dos cámaras de fotos sencillas, no profesionales, una cámara de video semi profesional, trípodes y cables de conexión a la energía. Este equipo es utilizado para cubrir eventos donde asiste el Ministro o Viceministros de Salud en las diversas giras que se realizan por todo el país. Eventos importantes o convenciones.

EQUIPO DE SONIDO

Cuentan con equipo de sonido, micrófono, bocinas y un amplificador para realizar eventos en los salones del edificio del Ministerio así como en el Hospital Roosevelt.

6.4.2 OFICINAS

OFICINAS CENTRALES

Según la observación realizada pude darme cuenta que cuentan con espacio limitado para las oficinas de comunicación, tanto en oficinas centrales donde trabajan cerca de once personas en una oficina de 3m. X 3m. En el segundo nivel. En esta oficina se guarda el equipo de fotografía y se tienen computadoras al servicio del equipo así como escritorios, archivos, estantes para guardar material, sillas y una fotocopiadora. La oficina de gerencia y asistente es un poco más amplia y está ubicada en el primer nivel, sin embargo integra algunos miembros del equipo para que puedan trabajar cuando es necesario y no recargar de personas la oficina del segundo nivel.

OFICINAS HOSPITAL ROOSEVELTH

Las oficinas ubicadas en hospital Roosevelt cuentan con escritorios y sillas para cada uno de los miembros del equipo de comunicación, los cuales laboran en un espacio aproximado de 4m. X 6m.

LAS OFICINAS DE DRPAP*

Son compartidas con miembros de programas de salud, en un espacio de alrededor 3 metros cuadrados. Cuentan con espacio para una mesa y sillas para realizar sus labores.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

RADIOGRAFIA DE COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

Comunicación Interna



- Actividades extra-laborales
 - reuniones

Entre sus funciones primordiales está: el acompañamiento a Ministro y Vice Ministros de salud en actividades especiales como: jornadas de salud, abastecimiento de hospitales, inauguraciones, talleres y conferencias.

Comunicación Externa

OFICINAS DE COMUNICACIÓN

- Publicaciones graficas
- Acompañamiento de autoridades
- Redes sociales
- Entrevista de medios
- Revista virtual
- Pagina web
- Boletines
- Pagina web del Hospitales
- Atención de medios
- Revista Virtual
- Atención a los medios de comunicación.



Trabajan en base a:

- ❖ POA (anual)
- ❖ PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA(anual)
- ❖ MEMORIAS DE LABORES (a fin de año)
- ❖ FODA (cuando es necesario)



Mobiliario y equipo

- ✓ Computadoras (10)
- ✓ Internet
- ✓ Equipo fotográfico
- ✓ Equipo de sonido

Oficinas

- Edificio MSPAS (2)
- Hosp. Roosevelt (1)
- Programas de atención a personas (1)
- Viceministerio(1)



El departamento de comunicación social es el encargado de apoyar los 44 hospitales y 34 áreas de salud con al menos un representante de comunicación, dar cobertura al Ministerio a nivel nacional, así como el acompañamiento de las autoridades. Apoyo y asesoría en logística, pautas, material gráfico, imagen, programas preventivos y fortalecimiento de la comunicación



CAPÍTULO II

PLAN ESTRATÉGICO

7. OBJETIVOS
8. ANTECEDENTES
9. RADIOGRAFÍA DE MINISTERIO DE SALUD
PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL
10. PÚBLICO OBJETIVO
11. MENSAJE
12. ESTRATEGIA
13. PLANES DE COMUNICACIÓN
14. CALENDARIO
15. PRESUPUESTO
16. CONTROL Y SEGUIMIENTO

7. OBJETIVOS

7.1 Objetivo General:

- Formular estrategias para reforzar la comunicación interna y externa del departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

7.2 Objetivos Específicos:

- Reforzar la comunicación interna de las diferentes áreas en las que interviene el departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.
- Proponer una estrategia de comunicación en redes sociales para ampliar los canales de comunicación del Hospital Roosevelt.
- Plantear una estrategia para renovar los canales de comunicación escrita utilizados por el equipo de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

8. ANTECEDENTES

El departamento de comunicación del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social -MSPAS- pertenece al despacho, según el organigrama general. Es el encargado primordialmente de dar acompañamiento al ministro y viceministerios en todas las actividades realizadas en pro de salud de los guatemaltecos. Actualmente, también le da asesoría a las diversas áreas de salud y hospitales a nivel nacional. Cuenta con al menos un comunicador y máximo siete en cada hospital y áreas de salud. Formando un equipo de 150 personas en el interior y 25 en la ciudad capital de Guatemala.

El equipo situado en la ciudad tiene a su cargo la elaboración de boletines o comunicados semanales de las actividades realizadas y avances por el Ministerio de Salud entre los que se puede mencionar el pacto colectivo, clínicas niño sano, etc. Contactan a los medios de comunicación masiva para otorgar entrevistas de radio, televisión o medios escritos. Se dedican a la dar cobertura a eventos como apertura de centros de salud, abastecimiento etc. Por todo el país. Dan apoyo para materiales que necesitan ser elaborados, diagramaciones de protocolos, guías, trifoliales, afiches, rota folios, videos preventivos, comerciales de televisión, spots de radio, lanzamientos de campañas de vacunación, como lo fue por ejemplo “ Pasa la Bola”, montaje de eventos como ceremonia que fue realizada para la entrega de ambulancias de la embajada de Taiwán, o el permiso otorgado a la organización Fabrica de Sonrisas para visitar a los pacientes del hospital donde se convocó a todos los medios.

Las oficinas de comunicación dentro de los hospitales nacionales tienen la responsabilidad de apoyar con programación de conferencias, informar y educar a todo el público a través de la página web, carteleras y la revista interna del hospital y boletines. Algunas veces la planta telefónica para voceo de información. Todos estos canales son manejados por el departamento y algunas veces con el soporte de informática. Atienden a los medios de comunicación con noticias de relevancia o entrevistas que soliciten como lo fue en los casos de H1N1, casos de dengue, manifestaciones de los diversos sindicatos.

RADIOGRAFÍA DE COMUNICACIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y ASISTENCIA SOCIAL

Comunicación Interna



- Actividades extra-laborales
 - reuniones

Comunicación Externa

OFICINAS DE COMUNICACIÓN

- Publicaciones graficas
- Acompañamiento de autoridades
- Redes sociales
- Entrevista de medios
- Revista virtual
- Pagina web
- Boletines
- Pagina web del Hospitales
- Atención de medios
 - Revista Virtual
 - Atención a los medios de comunicación.

Trabajan en base a:

- ❖ POA (anual)
- ❖ PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA(anual)
- ❖ MEMORIAS DE LABORES (a fin de año)
- ❖ FODA (cuando es necesario)

Mobiliario y equipo

- ✓ Computadoras (10)
- ✓ Internet
- ✓ Equipo fotográfico
- ✓ Equipo de sonido
- ✓ Oficinas
 - Edificio MSPAS (2)
 - Hosp. Roosevelt (1)
 - Programas de atención a personas (1)
 - Viceministerio(1)

Entre sus funciones primordiales está: el acompañamiento a Ministro y Vice Ministros de salud en actividades especiales como: jornadas de salud, abastecimiento de hospitales, inauguraciones, talleres y



El departamento de comunicación social es el encargado de apoyar los 44 hospitales y 34 áreas de salud con al menos un representante de comunicación, dar cobertura al Ministerio a nivel nacional, así como el acompañamiento de las autoridades. Apoyo y asesoría en logística, pautas, material gráfico, imagen, programas preventivos y fortalecimiento de la comunicación .



10. PÚBLICO OBJETIVO

Personal médico y administrativo del Hospital Roosevelt: Son personas que utilizan las carteleras, pagina web o redes sociales tanto en sus celulares como en sus computadoras para estar informados de las actividades del Ministerio. Es un grupo conformado por 3100 trabajadores del Hospital aproximadamente, formado por hombres y mujeres doctores, enfermeras, estudiantes de medicina, secretarias, demás personal administrativo y autoridades que trabajan en el hospital Roosevelt, algunos de ellos laborando 8 horas diarias, excepto el personal médico que trabaja por turnos rotativos, se encuentran en pasillos, clínicas y oficinas del mismo.

Pacientes del Hospital Roosevelt, son personas de clase baja, hombres y mujeres, ancianos, jóvenes y de edad media, de bajo poder adquisitivo. Se encuentran en el hospital esperando por consultas, exámenes a realizarse, internados o acompañando a un familiar. Quienes prefieren utilizar medios escritos en su mayoría gráficos y televisión para estar informados.

Personas que laboran en oficinas DRPAP* de MSPAS* son miembros de los diferentes programas de salud que laboran 8 horas diarias en las oficinas. Dentro de sus actividades diarias integran la consulta de los medios escritos y redes sociales para informarse de actividades del ministerio a través de computadoras y celulares personales. Son hombres y mujeres de edades entre los 22 a 60 años, médicos, licenciados, secretarias, trabajadores sociales, personal de recursos humanos.

Cibernautas, personas con poder adquisitivo medio. Jóvenes, adultos, de la tercera edad, trabajadores del MSPAS o áreas de salud, medios de comunicación e instituciones que poseen páginas de Facebook y twitter, hombres, mujeres, médicos, estudiantes, todas aquellas personas con posibilidad y acceso a redes de internet desde su celular o computadoras y que poseen cuentas en redes sociales activas, que les gusta estar informados de la situación de salud nacional, específicamente de los hospitales.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

11. MENSAJE

El departamento de Comunicación Social de MSPAS busca siempre la renovación para comunicar e informar a través de todos los canales de comunicación disponibles y de una forma más efectiva.

12. ESTRATEGIA

Desarrollar mecanismos para fortalecer la comunicación interna y externa, renovando y optimizando la forma de utilizar los canales de comunicación y recursos disponibles.

13. PLANES DE COMUNICACIÓN

13.1 COMUNICACIÓN INTERNA

Estrategia: se implementarán cambios en el contenido de los boletines ubicados en las carteleras del Hospital Roosevelt y redactados por el departamento de comunicación social que son dirigidos a los pacientes y personal del mismo para informales sobre charlas y actividades del hospital y ministerio. Dichos boletines tendrán un contenido más gráfico, utilizando más imágenes y redactando textos más sencillos y cortos. También se variaran los temas para boletines dirigidos a los monitores en red del personal que labora en el hospital donde se incluirán temas para fomentar el crecimiento personal, laboral y trabajo en equipo, algunas celebraciones internas del hospital.

Acciones:

- Realizar un recorrido por instalaciones del Hospital Roosevelt para conocer cuántas carteleras están a cargo de comunicación social, entre el recorrido determinar las áreas donde pasa el personal, consultas externas, pasillos. Observar las ubicaciones de las carteleras y tamaños para estimar la cantidad o áreas de las mismas para colocar los boletines, que tipo de personas observan o tienen acceso a la lectura o consulta de las carteleras.
- Dividir las carteleras por tamaños para saber la cantidad de espacio para cubrir. Establecer los tamaños de las carteleras disponibles para poder estimar la cantidad de boletines que se van a imprimir en cada área del hospital donde se encuentran las carteleras.
- Selección de temas para redacción de boletines adecuados, en base al POA, el cual contiene objetivos, metas y proyectos de salud que desean cubrirse durante el año, establecer un listado de temas para desarrollar y que pasen la aprobación del jefe de comunicación.

Bosquejo de Temas para boletines:

TEMAS PARA BOLETINES EN HOSPITAL ROOSEVELT

- ✓ Lavado bucal.
- ✓ Limpieza incorrecta de oídos.
- ✓ ¿Qué hacer ante una fractura?
- ✓ Temperatura corporal alta.
- ✓ Prevenir rabia.
- ✓ Prevenir Leptospirosis.
- ✓ Desastres naturales.
- ✓ El Dengue.
- ✓ La Malaria.
- ✓ Tuberculosis.
- ✓ Saneamiento del agua.
- ✓ Autoexamen para prevención del cáncer de mama.

TEMAS PARA BOLETINES Y MONITORES DEL PERSONAL

- ✓ Imagen profesional.
 - ✓ Esencia personal.
 - ✓ Imagen verbal.
 - ✓ Lenguaje corporal.
 - ✓ Etiqueta.
 - ✓ Normas de conducta.
 - ✓ Arte de hablar.
 - ✓ La primera impresión.
 - ✓ La risoterapia.
 - ✓ Buena actitud.
-
- Redacción de boletines en base al listado aprobado por el jefe de comunicación se iniciara la investigación, redacción y diseño de los boletines para el hospital.
 - División de boletines por las áreas correspondientes el viernes de cada semana determinar la cantidad y que temas de boletines serán colocados en cada nivel del hospital.
 - Impresión de boletines semanalmente, específicamente el viernes de cada semana para colocarlos el lunes siguiente.

- Todos los lunes por la mañana serán colocados los boletines en las diferentes carteleras ubicadas en el hospital, que pertenezcan al departamento de comunicación social.

- Identificación de las carteleras del hospital que pertenecen a comunicación social con un rotulo y el número de cartelera. Este rotulo será permanente.

13.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

Estrategia: Creará y montará una página oficial en Facebook y Twitter del Hospital Roosevelt para expandir los canales de comunicación entre el hospital y los usuarios, personal que labora en el mismo, medios de comunicación y público en general donde se presentarán noticias de interés nacional como: notas de salud preventiva, avances, proyectos, beneficios para la salud de los usuarios del nosocomio. Entrevistas, infografías, fotografías, celebraciones del hospital y datos de interés para las personas, que será manejada por la oficina de comunicación del Hospital. A la vez se redactará un manual para el uso de redes sociales, su importancia, significado, y manejo correcto de las mismas para poder capacitar al personal de comunicación encargado de las redes

Acciones:

- Propuestas para la portada de la fan page y Twitter del hospital Roosevelt con el logo del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, para ello se deberá tomar fotografías del edificio principal y agregar logotipos respectivos del MSPAS

Propuesta 1.



Propuesta 2.



Propuesta 3.



- Debe colocarse como foto de perfil para la página en Facebook y Twitter el logotipo del Hospital Roosevelt que es distintivo del Hospital y de fácil identificación para las personas que navegan.



- Redactar una descripción de la historia del hospital, año de fundación, y los servicios principales que ofrece el hospital para informar a los seguidores de Facebook y Twitter que accedan a la fan page y perfil de Twitter a través de una reseña del mismo.

PROPUESTA DE INFORMACIÓN BÁSICA PARA PERFIL DE FAN PAGE

TEMA	CONTENIDO
Breve descripción	Hospital de Referencia Nacional, que brinda asistencia médica a la población guatemalteca las 24 horas los 365 días del año.
Misión	“Brindar servicios hospitalarios y médicos especializados de encamamiento y de emergencia, de acuerdo a las necesidades de cada paciente, en el momento oportuno y con calidad, brindando un trato cálido y humanizado a la población. Ofrecer a estudiantes de ciencias de la salud los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para formarlos, como profesionales especialistas, en la rama de la salud, en respuestas a las demandas de los tiempos modernos”.
Descripción	<p>Somos un centro hospitalario que atiende a toda la población que habita en la ciudad capital y en todas las regiones del país así como pacientes referidos de hospitales departamentales, también a ciudadanos extranjeros que están de paso o viviendo en el país. Se ofrece atención médica especializada y de forma gratuita. Entre sus especialidades se encuentran medicina interna, cirugía, ortopedia, maternidad, ginecología, pediatría, traumatología oftalmología y otras subespecialidades.</p> <p>La atención se ofrece para adultos y niños las 24 horas del día y los 365 días del año, dando atención a pacientes en medicina nuclear, servicio de laboratorio y diagnósticos por imágenes.</p> <p>El equipo de trabajo del Hospital Roosevelt está conformado por 3100 colaboradores que están divididos en</p>

personal médico, enfermería, auxiliares, técnicos, trabajo social nutrición, atención a los usuarios, personal de intendencia, seguridad y administrativo.

Junto a este equipo trabajan estudiantes de ciencias médicas de las universidades como San Carlos de Guatemala; Rafael Landívar, Francisco Marroquín y Mariano Gálvez. Como también un grupo de voluntarios y voluntarias que trabajan para brindar una atención cálida y más humana para los pacientes.

Información General

Un centro hospitalario con atención las 24 horas los 365 días del año que atiende a ciudadanos Guatemaltecos y extranjeros. Ofreciendo una atención especializada y de forma gratuita por el equipo de trabajo conformado por 3100 colaboradores, divididos en personal medio, administrativo, seguridad e intendencia, así como estudiantes de medicina de las diversas universidades y voluntarios

- Determinar las fechas importantes de cada mes, así como actividades dentro del hospital para cubrirlos y establecer temas para redacción de boletines, reportaje e infografías que se publicaran.

MES	FECHA	ACTIVIDAD
MAYO	9-05-2014	Celebración del Día de la madre.
	16-05-2014	Elección Señorita Sub-Dirección de Enfermería
	19-05-2014	Día Internacional de Donación de Leche Humana.
	23-05-2014	Celebración de Día de Auxiliar de Enfermería.

JUNIO		
14-06-2012	Día Internacional del Donante de Sangre.	
17-06-2014	Día del Padre	
27-06-2014	Día Mundial de la Persona Sordo Ciega.	

- Junto al equipo de comunicación se procederá a elegir el nombre que utilizara la Fan page que sea fácil de reconocer para el público en general.

PROPUESTAS PARA NOMBRE DE USUARIO EN TWITTER Y FACEBOOK

HOSPITAL ROOSEVELT OFICIAL HOSPITAL ROOSEVELT GT HOSPITAL ROOSEVELT

- Elaboración de una Fan Page en Facebook y realizar todos los pasos necesarios para poner en funcionamiento la página, entre ellos son la apertura de una cuenta nueva como usuario de Facebook con el nombre “Comunicación Roosevelt para poder habilitar una Fan Page para el Hospital en Facebook, se establecerá la portada y foto de perfil, información básica, historia corta del hospital, misión, perfil y las primeras tres publicaciones.
- Del mismo modo se realizaran los pasos correspondientes para habilitar una cuenta de twitter con el nombre del hospital, utilizando la foto de portada, de perfil, descripción breve y será ligada a la nueva fan page para que en sincronía puedan realizarse publicaciones.
- Mensualmente se realizará un plan de boletines donde se va a elegir el contenido que se colocara en la Fan page tomando en cuenta fechas y eventos especiales que se realizaran en el hospital.

PROPUESTA DE TEMAS PARA BOLETINES:

TEMA	ENCARGADO	FECHA DE ENTREGA	
Maternidad del Hospital Roosevelt			
Madres Adolescentes			
Maternidad y Estrés			
Maternidad y Trabajo			
Cuidado Pre y Post natal			
Derechos laborales de mujeres embarazadas			
Embarazo después de los 35 años			
Depresión Post Parto			
Lactancia Materna			
El autismo			
¿Cómo educar en valores a los hijos?			
Características de un niño hiperactivo			
La risoterapia y el buen humor			
Importancia del chequeo ginecológico (el Papanicolaou)			
Ataques cardiacos (cuidados y prevención)			
Colon Irritable			
Autoexamen de mama		41	

La menopausia			
Obesidad y Nutrición			
Quistes ováricos			
Cefaleas (migraña)			
Osteoporosis			
Adicciones: cigarro y alcohol			
JUNIO			
Andropausia			
Disfunción Eréctil			
Infertilidad			
Educación Sexual para los hijos			
Próstata			
EL ejercicio			
El Alcoholismo			
Tipos de Familias			
Padres Solteros			
Genética			
Tipos de Familias			

- Se tendrán contempladas como mínimo tres publicaciones diarias, estas serán de actividades, fechas importantes, eventos e información de salud preventiva.

- Redactar boletines con información de salud preventiva para realizar publicaciones diarias.
- Se incorporara la elaboración de infografías sobre temas de salud sobresalientes en la época.

PROPUESTA DE TEMAS PARA INFOGRAFÍAS:

Dengue

IRAS

Alimentación Saludable

Dengue

Diabetes

Leptospirosis

- Redactar un mensaje de invitación de seguimiento y enviarlo a personalidades importantes del país e instituciones de salud para poder promocionar la pagina y tener un mayor alcance.



- Redacción de frases (estados) que se irán colocando con información para los usuarios sobre las unidades de salud, jornadas o de salud preventiva, estadísticas mensuales.
- Promoción de la nueva página de Facebook a través de la página web del Hospital y Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, en página de Facebook de MSPAS, enviando la solicitud al departamento de informática del Ministerio para que puedan dar acceso al link correspondiente.
- Se planificará una charla para los miembros del departamento de comunicación sobre el manejo y función de las comunidades virtuales Facebook y Twitter, en la que se explicara cómo hacer un uso efectivo en ambas redes y también serán resueltas dudas del tema.
- Se redactara un manual para que los miembros del equipo de comunicación tengan información sobre las redes sociales, los objetivos, manejo, la forma adecuada de publicar, tips, funciones de las redes, así como consejos ante situaciones adversas que se susciten y el proceso para abrir una cuenta en las redes de Facebook y Twitter.

Contenido de Manual	
FACEBOOK y TWITTER	Qué es la Web 2.0
	Redes Sociales
	Community Manager
FACEBOOK	Objetivos de la red social como canal de comunicación del Hospital.
	Beneficios
	Historia de Facebook
	Descripción de las Herramientas de la Fan page
	Cómo Abrir una Fan Page
	Cómo Evaluar rendimiento de una fan page
	Consejos Básicos para mantener una Fan Page
	Glosario de Expresiones
	Qué hacer en situaciones de conflicto
	TWITTER
Descripción de las herramientas de Twitter	
Cómo abrir una cuenta de Twitter	
Cómo Evaluar el rendimiento de Twitter	
Consejos básicos para mantener una cuenta de twitter	
Glosario de Expresiones	
Qué hacer en situaciones de conflicto	

13.3 COMUNICACIÓN DE CRISIS

Estrategia: Diseñar un manual que contenga un plan de comunicación en situaciones de crisis que puedan darse en el Hospital Roosevelt que sea utilizado por el equipo de comunicación social donde se establezca acciones concretas a realizar y la designación de las personas encargadas de ejecutar el plan cuando sea necesario.

Acciones:

Elaboración de un manual de crisis que debe contener la siguiente información:

- Determinar los objetivos que se desean alcanzar con el plan de crisis y su ejecución.
- Todo el equipo de comunicación deberá establecer posibles situaciones de crisis en las que pueden verse involucrados y observar algunas señales que adviertan alguna crisis para poder realizar un mapa de riesgos.
- Identificar las personas, entidades o grupos que pueden estar involucrados en alguna situación de crisis como los medios, redes sociales, sindicatos, población en general, organizaciones políticas, etc. Es decir tener la descripción de las características de cada uno.
- Con el equipo de comunicación social se debe establecer una lista o guía de acción o tareas principales que se realizaran en cada situación de crisis que se identifiquen anteriormente, así como la definición de las personas que deben intervenir y la responsabilidad que tiene cada uno en cada situación para poder dar respuestas adecuadas.
- Establecer y describir las actitudes estratégicas de comunicación, es decir actitud de silencio, de negación, de transferencia de responsabilidades, de confesión y discreción controlada para crear un formato de los comunicados de prensa y conferencias o declaraciones que podrían darse.

- Identificar la relación que existe con los medios a través de una puesta en común con el equipo de comunicación y las formas adecuadas de mantener la buena relación, mejorar las que se encuentran deterioradas o necesitan acercamientos por parte de la institución.
- Tener un referente o evaluación de crisis anteriores e investigar algunos casos en los que la institución tuvo una situación importante de crisis y como se solventó para tener un parámetro.
- Realizar una conferencia para la presentación del manual y asignar los cargos y responsabilidades para que todos los miembros del departamento de comunicación conozcan las actividades planteadas y sus distintas atribuciones así como para la resolución de dudas que surjan y retroalimentar con los comentarios y aportes del equipo.

13.4 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Estrategia: se creará el perfil corporativo del departamento de comunicación que contendrá la filosofía del equipo y expectativas de trabajo así como un manual de funciones del departamento donde describa las funciones como departamento a nivel nacional, detalle los cargos y descripción de los mismos.

Acciones:

- Recopilación de datos sobre el departamento de comunicación, es decir de sus actividades diarias y rutinas, los objetivos establecidos como equipo y personalmente para el cumplimiento de metas.
- Entrevistar a los diferentes miembros del equipo de comunicación y establecer sus expectativas, aspiraciones y sondeo del ambiente laboral.
- Recopilar datos de cada área del departamento, su función primordial dentro del departamento y su describirlos.
- Redactar un manual de funciones en base a la información recopilada anteriormente, determinando las actividades, áreas que cubre el departamento de comunicación y las funciones como tal que deben desempeñarse a nivel nacional.
- Con la información recopilada redactar la misión y visión como departamento de comunicación.
- Describir cada uno de los puestos del departamento de comunicación, las funciones y tareas que debe ejecutar cada uno.
- Elaborar un organigrama como departamento de comunicación donde se ubiquen todos los puestos y cargos que hay en el departamento así como su orden jerárquico.

13.5 RELACIONES PÚBLICAS RR.PP

Estrategia: comunicar y ampliar los conocimientos de los trabajadores de DRPAP sobre la importancia de la imagen pública para mejorar sus relaciones y ambiente laboral mediante la realización de una investigación del tema. Se elaborará un informe que será presentado en una conferencia y se impartirá una charla de Imagen Pública para los trabajadores de todos los programas que comprenden el DRPAP para reforzar el tema.

Acciones:

- Elaboración de una encuesta al personal de DRPAP basándose en un proceso estadístico para determinar la cantidad de personas que debe encuestarse en cada programa.
- Tabular las encuestas realizadas, diagramación de graficas e interpretación de los resultados obtenidos.
- Realizar un sondeo para algunos Jefes de los programas para conocer su opinión y el grado de información que poseen sobre el tema de imagen pública.

PREGUNTAS DE SONDEO
1. ¿Cree usted importante una charla de Imagen Pública para los trabajadores de DRPAP?
2. ¿De qué forma beneficiaría la Imagen Pública en el desempeño de los trabajadores de DRPAP?
3. ¿Qué temas relacionados a la Imagen Pública le pareen importantes para desarrollar en su Programa de Salud?

- Se debe seleccionar los temas relacionados de imagen pública a investigar apoyándose en la información obtenida de las encuestas y entrevistas que resulten interesantes y necesarias para el personal de DRPAP.

BOSQUEJO PRELIMINAR DE TEMAS

- ✓ Qué es la imagen
- ✓ Imagen pública
- ✓ Tipos de imagen
- ✓ Imagen personal
- ✓ Aspectos de la comunicación no verbal
- ✓ Imagen verbal
- ✓ Imagen física
- ✓ Imagen visual
- ✓ vestimenta
- ✓ Imagen profesional
- ✓ Imagen ambiental
- ✓ Imagen audiovisual
- ✓ Imagen institucional
- ✓ Esencia personal
- ✓ Las primeras impresiones
- ✓ Estilo
- ✓ Normas de conducta y apariencia
- ✓ Etiqueta
- ✓ El Arte de hablar
- ✓ Comunicación en organizaciones
- ✓ Errores de comunicación
- ✓ Comunicación manifiesta y latente
- ✓ Moral y ética profesional.

- Con el listado de temas se deberá proceder a la investigación de temas de imagen pública en bibliotecas, páginas o blogs relevantes de internet, artículos de prensa, revistas, tesis, etc.

- Con la información recopilada se deberá redactar un compendio de todos los temas y realizar la impresión de un ejemplar para cada programa que pertenece al DRPAP.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

- Establecer una fecha y permisos para impartir una charla a los trabajadores de los programas que integran el DRPAP a jefatura y recursos humanos planteando ideas principales de temas a tratar y propuesta de un experto en el tema de relaciones públicas.
- Con permisos pertinentes, fecha para la charla y el compendio terminado seleccionar el contenido más importante o sobresaliente para impartir una charla sobre imagen pública al personal del DRPAP de utilidad. Deberá realizarse una presentación en PowerPoint.
- Convocar a los trabajadores de DRPAP a charla sobre imagen pública a través de invitaciones dirigidas a los miembros de cada programa, boletines en carteleras ubicadas en las carteleras del DRPAP y memos.
- Se deberá realizar los preparativos de salón, sillas para el personal que asistirá, audio y equipo tecnológico en buenas condiciones y funcionales para la presentación de la exposición y el conferencista designado con un mínimo de 3 días antes de la fecha del evento por cualquier eventualidad.

MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN 2014
LILIAN DENISSE ROMÁN CHANQUÍN 200814046



MODELO ENCUESTA

Instrucciones: marque con una X a la respuesta que se ajuste a su criterio u opinión sobre cada pregunta.

1. ¿Cree usted que es importante tener conocimiento del tema “Imagen Pública”?

SI ___

No ___

2. ¿Le gustaría recibir una charla de Imagen Pública?

SI ___

NO ___

3. ¿Qué temas le gustaría conocer relacionados a la Imagen Pública?

4. ¿De qué forma beneficiaría las relaciones sociales en su trabajo una charla de Imagen Pública?

Relación con jefes ___

Relación con los compañeros de trabajo ___

Trato con los demás programas de Salud ___

Relación con entidades privadas que apoyan el programa ___

5. ¿En qué ámbitos de su vida la Imagen Pública brindaría un aporte para su crecimiento personal?

Laboral ___

Familiar ___

Relaciones sociales ___

Amigos ___

Otros ___

14. CALENDARIO

ESTRATEGIA	ABRIL SEMANAS Preparación 3 4	MAYO SEMANAS Ejecución				JUNIO SEMANAS Ejecución				JULIO SEMANAS EVALUACION				AG.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
Diseño de portada y foto institucional	X																	
Redacción de la Historia del Hospital y elección del nombre de fan page	X																	
Determinar fechas importantes de cada mes	X		X				X							X	X	X	X	X
Selección de material para publicar en la apertura de página.	X													X	X	X	X	X
Apertura de Fan Page en Facebook y Twitter	X																	
Elaboración manuales		X	X	X	X													
Redacción de boletines, infografías, reportajes.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			X	X	X	X	X
Capacitación redes sociales							X	X										

Análisis de usuarios						X					X				X	X	X	X	X	X	X	X
Análisis de interacciones						X					X				X	X	X	X	X	X	X	X
Análisis del alcance						X					X				X	X	X	X	X	X	X	X
Análisis de difusión y tarjet						X					X				X	X	X	X	X	X	X	X

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

15. PRESUPUESTO

DESCRIPCION	MONTO	TOTAL
Diseño de fotografía (incluye uso de cámara fotográfica profesional, baterías, edición y diseño)	Q. 100.00	
Comunity Manager (Manejo de la fan page, desde su apertura, publicaciones, elaboración de material, análisis de resultados).	Q. 4,000.00	
Servicio de internet	Q. 250.00	
Computadora	Q. 1,500.00	
Energía eléctrica	Q. 200.00	
Manual (creación, diseño e impresión)	Q. 550.00	
Capacitación dirigida al personal interno	Q.1,000.00	
TOTAL		

16. CONTROL Y SEGUIMIENTO

16.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Cambios en el contenido de los boletines ubicados en las carteleras y monitores del Hospital Roosevelt:

1. Para esta estrategia se realizará un sondeo semanal para saber si se está cumpliendo el objetivo o debe cambiar alguna acción, este sondeo el consiste en preguntar a los pacientes y personal del hospital las siguientes preguntas:
 - ¿Ha observado las carteleras del hospital en los últimos días?
 - ¿ha leído los boletines colocados en las carteleras?
 - ¿Qué le parecen los temas que se tratan en los boletines?
2. Se realizara una guía de observación dirigida y no participante para estimar el grado de impacto que tienen los boletines en las personas, si están cumpliendo la función de informar y llamar la atención del público objetivo.
3. Se sondeara algunos de los trabajadores con acceso a boletines en monitores del Ministerio para averiguar que piensan de los cambios en contenido y como mantener o mejorar la estrategia con las siguientes preguntas:
 - ¿Ha leído los boletines de la pantalla en los últimos días?
 - ¿cree usted que han impactado de forma positiva en su persona los temas tratados en los boletines?
 - ¿le gustaría seguir leyendo boletines con temas de imagen pública o desarrollo personal?

Con el resultado de las respuestas se redactara un informe para determinar la efectividad de la actividad realizada.

Se Contará con la visita del Supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social.

16.2 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Página oficial en Facebook y Twitter del Hospital Roosevelt

- Se utilizara el sistema estadístico que nos ofrece Facebook donde podremos determinar:
- Descripción: nos informa de manera resumida el avance de nuestra página.
- Análisis de Personas: conoceremos el número de seguidores de la página del hospital, los usuarios activos, y tipo de personas que nos siguen, etc.
- Análisis de Interacciones o clics en “Me gusta”: nos brindará información de la cantidad de “me gusta”, de nuestros fans a la página y cuantos nuevos obtuvimos.
- Publicaciones: con la información del análisis de interacciones de nuestras publicaciones podremos establecer qué tipo de publicaciones tuvimos más éxito y así replicarlas con frecuencia.
- Alcance total: a cuantas personas llegamos con nuestra página y publicaciones, la cantidad de personas que vieron o interactuaron con nuestra página.
- Se dará una copia del manual de uso de redes sociales a cada miembro del equipo previo a la capacitación. A través de una encuesta hacia los miembros del equipo de comunicación se comprobará que haya sido leído el manual, se hayan comprendido los temas tratados en el mismo y explicados en la capacitación así como la aceptación y opinión de las actividades realizadas.
- Se realizara una reunión con el equipo de trabajo de comunicación después de capacitarlos en el uso y manejo de Facebook y Twitter, en esta reunión se resolverán dudas sobre el manual y situaciones observadas en el manejo de las redes sociales.
- Se Contará con la visita del Supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado - EPS- para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social

16.4 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE CRISIS

Manual de Crisis

1. Para esta estrategia se implementaran dos simulacros, en los cuales se contemplaran dos tipos de crisis.
2. El equipo de comunicación deberá poner en práctica los conocimientos que contiene el manual y ejecutar las responsabilidades asignadas con anticipación en los casos contemplados.
3. Se estipulara un día específico para ejecutar el simulacro, se notificara a los miembros del equipo fecha, pero no horario, así será más fácil poder observar y medir su actitud ante la situación.
4. El simulacro será realizado en cualquier hora del transcurso del día que el jefe de comunicación crea conveniente.
5. Los simulacros serán realizados uno por semana.
6. Se realizara al final del simulacro una retroalimentación con una puesta en común con todos los miembros del equipo de comunicación donde se expresaran las reacciones de todos, sugerencias, pro, contras, mejoras al manual y discutir situaciones que se hayan dado durante el simulacro.
7. Se Contará con la visita del Supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado - EPS- para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social

16.3 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Creación de perfil corporativo y manual de funciones del departamento de comunicación

1. Para dicha estrategia se estipula realizar una encuesta, en la cual se realicen preguntas sobre el contenido del manual de funciones y el perfil corporativo a los 25 miembros del equipo de comunicación para conocer sus opiniones y el grado de aceptación que tiene.
2. Se entrevistara al jefe del departamento y al empleado más antiguo para valorar su opinión sobre la ejecución.
3. Re realizara una reunión con el equipo de comunicación para discutir los aspectos y resultados obtenidos en la tabulación de las encuestas realizadas con anterioridad y obtener sus impresiones de dichos resultados para poder mejorar o implementar cambios.
4. Se Contará con la visita del Supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado - EPS- para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social

16.5 ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS RR.PP

Para verificar la ampliación de los conocimientos de los trabajadores de DRPAP sobre la importancia de la imagen pública, se entregaran programas a todos los asistentes a la charla que estarán numerados, esto con la finalidad de llevar un control de número de asistentes que llegaron a la charla y así determinar la cantidad de personas que atendieron la convocatoria y la efectividad de los canales de comunicación utilizados.

La semana después de la presentación del compendio y charla se realizara un sondeo con algunos de los miembros en cada uno de los veintidós programas de salud para identificar la comprensión y nivel de aceptación de la investigación sobre el tema. En este sondeo se preguntará lo siguiente:

- ¿Considera usted importante el tema de relaciones públicas para su desempeño laboral?
- ¿Cuáles temas le resultaron de mayor utilidad o más interesantes?
- ¿Le gustaría seguir recibiendo información y charlas de este tipo?
- ¿De uno a diez, qué calificación le da a esta actividad?

Con el resultado de las respuestas se redactara un informe para determinar la efectividad de la actividad realizada.

Se Contará con la visita del Supervisor de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social en DRPAP.

*MSPAS: siglas Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

*DRPAP: siglas que identifican Departamento de Regulación de los Programas de Atención a las Personas.

CAPÍTULO III

EJECUCIÓN DE PLAN DE COMUNICACIÓN

17. ESTRATEGIA
18. DISEÑO DE IMAGEN DE FANPAGE
19. REDACCION DE CONTENIDO INFORMATIVO DE FANPAGE
20. BITACORA DE PUBLICACIONES DIARIAS EN FACEBOOK
21. PROPUESTA DE TEMAS PARA BOLETINES
22. COBERTURA DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL HOSPITALROOSEVELT
23. CHARLA PARA INTEGRANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL “COMUNIDADES VIRTUALES”
24. REDACCION DE BOLETINES
25. APORTE EN REDACCION PARA REVISTA VIRTUAL
26. DISEÑO Y REDACCION DE INFOGRAFÍAS
27. PROMOCION DE REDES SOCIALES
28. MANUAL DE USO Y MANEJO DE REDES SOCIALES
29. TEMAS DE CONFERENCIA “COMUNIDADES VIRTUALES”

17. ESTRATEGIA

Estrategia: Creará y montará una página oficial en Facebook y Twitter del Hospital Roosevelt para expandir los canales de comunicación entre el hospital y los usuarios, personal que labora en el mismo, medios de comunicación y público en general donde se presentarán noticias de interés nacional como: notas de salud preventiva, avances, proyectos, beneficios para la salud de los usuarios del nosocomio. Entrevistas, infografías, fotografías, celebraciones del hospital y datos de interés para las personas, que será manejada por la oficina de comunicación del Hospital. A la vez se redactara un manual para el uso de redes sociales, su importancia, significado, y manejo correcto de las mismas para poder capacitar al personal de comunicación encargado de las redes

18. DISEÑO DE IMAGEN DE FANPAGE

La práctica del proyecto de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- realizado en Hospital Roosevelt inició realizando tres propuestas para portada de Facebook y fanpage del Hospital Roosevelt las cuales contienen el logo de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y Hospital Roosevelt y una foto representativa y que identifique el hospital.

Para ello se procedió a realizar con la primera tarea que fue tomar fotografías del frente del hospital para utilizarla como fondo principal, utilizar el programa de diseño de Photoshop para poder colocar los logotipos. Finalmente la propuesta elegida fue la que a continuación se presenta.



Se utilizó el logotipo de Hospital Roosevelt para foto de perfil, el cual se cambió de tamaño para poder ser colocado como tal.



19. REDACCIÓN DE CONTENIDO INFORMATIVO DE FANPAGE

De archivos del hospital y la página web del mismo se tomó una idea para poder redactar la información básica que se colocó en el perfil de la fanpage, la cual fue revisada y autorizada por la jefa del departamento antes de ser publicada. Se redactó cada ítem que fue solicitado por la fanpage y el perfil de twitter. Se utilizó la misma información para ambas redes sociales.

INFORMACIÓN BASICA PARA PERFIL DE FAN PAGE Y TWITTER

TEMA	CONTENIDO
Breve descripción	Hospital de Referencia Nacional, que brinda asistencia médica a la población guatemalteca las 24 horas los 365 días del año.
Misión	“Brindar servicios hospitalarios y médicos especializados de encamamiento y de emergencia, de acuerdo a las necesidades de cada paciente, en el momento oportuno y con calidad, brindando un trato cálido y humanizado a la población. Ofrecer a estudiantes de ciencias de la salud los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para formarlos, como profesionales especialistas, en la rama de la salud, en respuestas a las demandas de los tiempos modernos”.

Descripción

Somos un centro hospitalario que atiende a toda la población que habita en la ciudad capital y en todas las regiones del país así como pacientes referidos de hospitales departamentales, también a ciudadanos extranjeros que están de paso o viviendo en el país. Se ofrece atención médica especializada y de forma gratuita. Entre sus especialidades se encuentran medicina interna, cirugía, ortopedia, maternidad, ginecología, pediatría, traumatología oftalmología y otras subespecialidades.

La atención se ofrece para adultos y niños las 24 horas del día y los 365 días del año, dando atención a pacientes en medicina nuclear, servicio de laboratorio y diagnósticos por imágenes.

El equipo de trabajo del Hospital Roosevelt está conformado por 3100 colaboradores que están divididos en personal médico, enfermería, auxiliares, técnicos, trabajo social nutrición, atención a los usuarios, personal de intendencia, seguridad y administrativo.

Junto a este equipo trabajan estudiantes de ciencias médicas de las universidades como San Carlos de Guatemala; Rafael Landívar, Francisco Marroquín y Mariano Gálvez. Como también un grupo de voluntarios y voluntarias que trabajan para brindar una atención cálida y más humana para los pacientes.

Información General

Un centro hospitalario con atención las 24 horas los 365 días del año que atiende a ciudadanos Guatemaltecos y extranjeros. Ofreciendo una atención especializada y de forma gratuita por el equipo de trabajo conformado por 3100 colaboradores, divididos en personal medio, administrativo, seguridad e intendencia, así como estudiantes de medicina de las diversas universidades y voluntarios

Con la jefa del departamento de comunicación social se determinaron las fechas importantes del mes de mayo y junio o actividades especiales del Hospital, con la finalidad de promoverlas en la página de Facebook y twitter y cubrirlas como noticias y avances para que los fans y seguidores tuvieran conocimiento de ellos.

Las fechas importantes de mayo y junio:

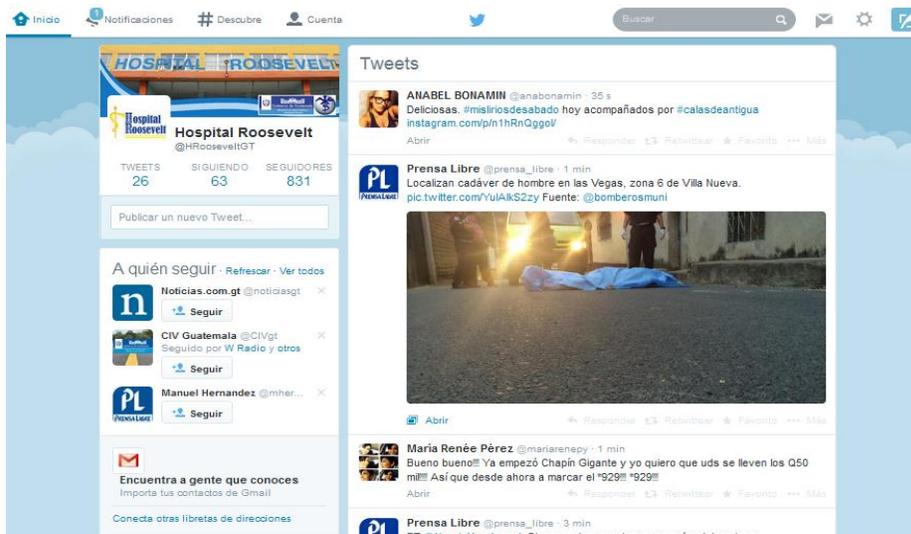
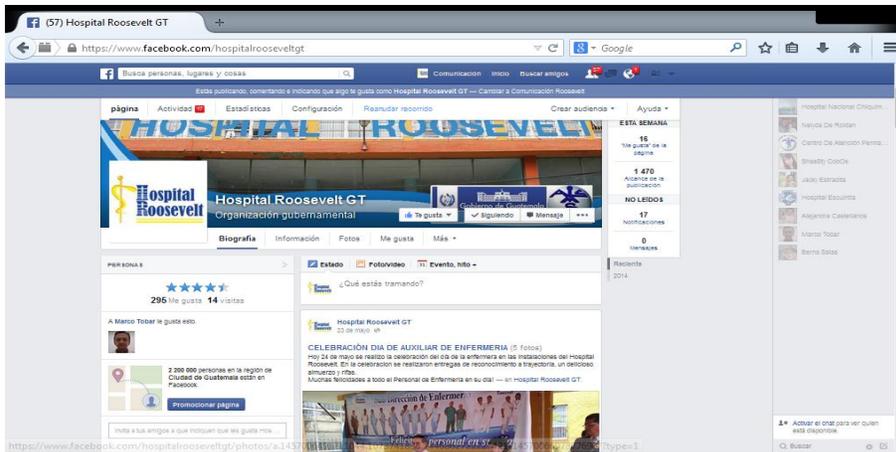
MES	FECHA	ACTIVIDAD
MAYO	9-05-2014	Celebración del Día de la madre.
	16-05-2014	Elección Señorita Sub-Dirección de Enfermería
	19-05-2014	Día Internacional de Donación de Leche Humana.
	23-05-2014	Celebración de Día de Auxiliar de Enfermería.
JUNIO		
	14-06-2012	Día Internacional del Donante de Sangre.
	17-06-2014	Día del Padre
	27-06-2014	Día Mundial de la Persona Sordo Ciega.

Con una puesta en común con el equipo de Comunicación se procedió a elegir el nombre que utilizaría la Fan page que fuera fácil de reconocer para el público en general.

PROPUESTAS PARA NOMBRE DE USUARIO EN TWITTER Y FACEBOOK

HOSPITAL ROOSEVELT OFICIAL	HOSPITAL ROOSEVELT GT	HOSPITAL ROOSEVELT
-----------------------------------	------------------------------	---------------------------

Se procedió a realizar los pasos necesarios para poder abrir la fanpage y twitter, colocando la información básica del hospital, colocando fotografía de portada, de perfil, ubicación, teléfonos y dirección



20. BITACORA DE PUBLICACIONES DIARIAS EN FACEBOOK

Diariamente se realizó una bitácora en la que se estableció que publicaciones se realizaron del 5 de mayo al 30 de junio del año 2014, las cuales fueron aprobadas y revisadas por la jefa del departamento.

21. PROPUESTA DE TEMAS PARA BOLETINES

TEMA	ENCARGADO	FECHA DE ENTREGA	
Maternidad del Hospital Roosevelt			
Madres Adolescentes			
Maternidad y Estrés			
Maternidad y Trabajo			
Cuidado Pre y Post natal			
Derechos laborales de mujeres embarazadas			
Embarazo después de los 35 años			
Depresión Post Parto			
Lactancia Materna			
El autismo			
¿Cómo educar en valores a los hijos?			
Características de un niño hiperactivo			
La risoterapia y el buen humor			

JUNIO			
Andropausia			
Disfunción Eréctil			
Infertilidad			
Educación Sexual para los hijos			
Próstata			
EL ejercicio			
El Alcoholismo			
Tipos de Familias			
Padres Solteros			
Genética			
Tipos de Familias			

Mensualmente se realizó un plan de boletines donde se eligió el contenido que se colocó en la Fan page tomando en cuenta fechas y eventos especiales que se realizaron en el hospital.

22. COBERTURA DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL HOSPITAL ROOSEVELT

En el mes de mayo, para la actividad del día de la madre, se realizó una actividad para todo el personal del Hospital y público en general, donde se tomaron fotos de la actividad para poder ser publicadas en la fanpage. Se aprovechó la convocatoria de personas y repartir tarjetitas con la dirección de la fanpage y twitter a todas las personas para que pudieran ver las fotografías de la actividad y fotos de ellos mismos.

Para ver fotos de la celebración del Día de la Madre, visita nuestras redes sociales en internet:



www.facebook.com/HospitalRooseveltgt

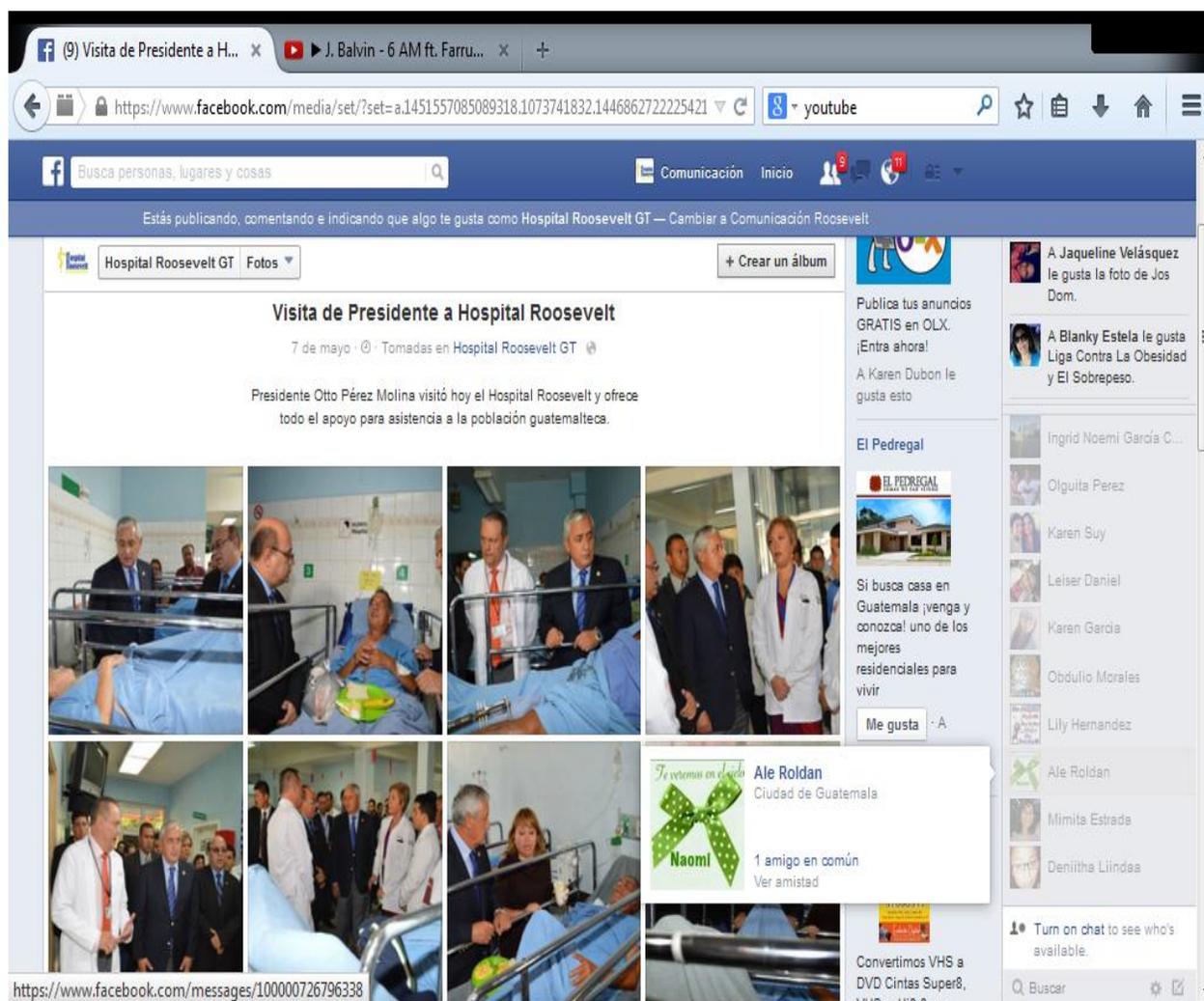


[@Hrooseveltgt](https://twitter.com/Hrooseveltgt)

Se tomaron fotografías de todos los eventos realizados en el hospital Roosevelt durante el mes de mayo y junio. Entre ellos están:

22.1 VISITA DE SEÑOR PRESIDENTE OTTO PÉREZ MOLINA

Visita del presidente el día 5 de mayo, donde el Señor Presidente realizo un recorrido por áreas del Hospital Roosevelt acompañado del director del Hospital y el señor Ministro de Salud Pública.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, mayo 2014
Visita Señor Presidente a Hospital Roosevelt

22.2 CELEBRACIÓN DÍA DE LA MADRE

El 9 de mayo el departamento de Comunicación organizo la celebración del día de la madre para el personal del Hospital Roosevelt, en dicha actividad se presentaron cantantes invitados, amenizado por dinámicas de TIGO y una refacción para las 200 madres asistentes al evento.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, mayo 2014
Día de la Madre Hospital Roosevelt.

22.3 DÍA DE LA ENFERMERA Y ELECCIÓN DE SEÑORITA ENFERMERIA

El día viernes 16 de mayo el personal de enfermería realizo la elección de su representante. Se realizó un evento con cinco participantes que compitieron para ser la Señorita sub Dirección de Enfermería 2014-2015. Comunicación social estuvo presente para cubrir el evento y darlo a conocer en las redes.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, mayo 2014

Elección Señorita Sub Dirección de Enfermería Hospital Roosevelt

22.4 DIA MUNDIAL DE LA DONACIÓN DE LECHE MATERNA

El 19 de mayo se realizó una jornada de donación de leche materna, coordinado por la Unidad de Neonatología del hospital. Madres se hicieron presentes para donar leche para los neonatos. Se hicieron presentes medios de comunicación para lo que el departamento de Comunicación Social dio el apoyo y acompañamiento.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, mayo 2014
Jornada de Donación de Leche Materna Hospital Roosevelt

22.5 CELEBRACIÓN DÍA DE LA AUXILIAR DE ENFERMERÍA

El 24 de mayo se realizó la celebración del día de la enfermera en las instalaciones del Hospital Roosevelt. En la celebración se realizaron entrega de reconocimientos a trayectoria, un almuerzo y rifas. Esta actividad fue acompañada por autoridades importantes del Hospital y Comunicación social que cubrió el evento.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, mayo 2014
Día de Auxiliar de Enfermería Hospital Roosevelt.

22.5 DÍA DEL MUNDIAL DEL DONANTE DE SANGRE

Se convocó a los medios a una conferencia de prensa para informar a la población de la importancia de este día. Comunicación social dio acompañamiento y soporte a la conferencia.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio 2014 Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio 2014
Día Mundial del Donante de Sangre Día Mundial del Donante de Sangre

22.6 DÍA MUNDIAL CONTRA EL ABUSO Y MALTRATO DEL ADULTO MAYOR

En ésta actividad tuvimos la oportunidad de cubrir el evento y promocionarlo en las redes sociales, así como recabar información para realizar un boletín sobre la clínica que presta servicios solamente para el adulto mayor.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio 2014
2014 Charla para adulto mayor.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio
Charla para adulto mayor.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio 2014
Charla para adulto mayor.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, junio 2014
Charla para adulto mayor.

23. CHARLA PARA INTEGRANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL “COMUNIDADES VIRTUALES”

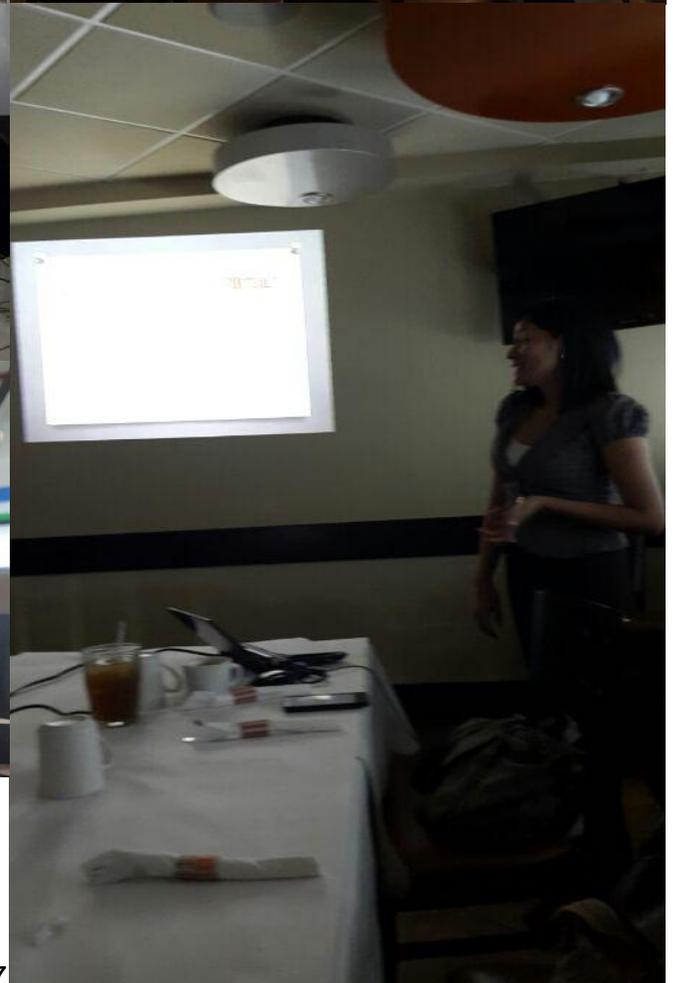
Se planifico una conferencia para el equipo de comunicación del Hospital Roosevelt y la presencia de la licenciada Floralba Pérez. Se entregó una invitación una semana antes para que el quipo asistiera al evento. En dicho evento se trató el tema de Comunidades virtuales, se explicó el tema de redes sociales y consejos para el manejo de las redes. A continuación presento fotografías del evento.



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, Junio 2014 Charla “Comunidades Virtuales”



Fuente: Mendez, Eugenia, Guatemala, Junio 2014 Charla “Comunidades Virtuales”



24. REDACCIÓN DE BOLETINES

Realice la redacción de boletines con temas de salud con diversos temas, avalados por un especialista, que fueron colocados en la fanpage y revista del hospital con información de salud preventiva para realizar publicaciones diarias.

Boletín de prensa
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
 Gobierno de Guatemala
 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Quetzaltenango 21 de Mayo 2014. Boletín No. 53

LA IMPORTANCIA DE LA LACTANCIA MATERNA

Para el recién nacido, el alimento más importante es la leche que proviene de su madre, ya que le aporta los nutrientes que necesita para un crecimiento y desarrollo saludable. La Organización Mundial de la Salud recomienda el pecho materno como el alimento perfecto para el recién nacido, debe brindarse en la primera hora de vida pues el calostro es rico en nutrientes y anticuerpos.

El calostro contiene una sustancia llamada inmunoglobulina A, que crea una capa protectora sobre las membranas mucosas en los intestinos, nariz y garganta del bebé, que son las partes más susceptibles a virus, bacterias e infecciones.

Pediatras indican que los beneficios de la lactancia materna son trascendentales para un desarrollo y crecimiento óptimo porque brinda grasas, vitaminas y proteínas, provee anticuerpos que ayudan al bebé a combatir diferentes infecciones por virus, bacterias y otros microorganismos, reduce alergias, así como el vínculo afectivo que se crea entre la madre y el bebé ya que libera endorfinas mejorando confianza y seguridad. El contacto piel a piel nivela la temperatura corporal del bebé y mejora su ritmo cardíaco.

La lactancia materna puede reducir en la madre las probabilidades de padecer osteoporosis y mantener un peso adecuado.

Es recomendable amamantar exclusivamente con leche materna durante los primeros 6 meses de vida del bebé y complementarse después con otros alimentos hasta los dos años.

Hay situaciones en que la lactancia materna no debe ser iniciada en los bebés, debido a alguna enfermedad que pueda tener la madre (verrugas, infecciones que afecten la madre, VIH, infecciones del pezón) o de los pezones, están en un tratamiento médico contraindicado para la lactancia materna por lo que debe consultarse a un servicio de salud para que le brinden información sobre la mejor manera de alimentar a su bebé. El Hospital Roosevelt, cuenta con el Servicio de Lactancia Materna en el




Etiquetar foto Opciones Promocionar publicación Compartir Enviar

Fotos de Hospital Roosevelt
 Fotos de la biografía

Boletín de prensa
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
 Gobierno de Guatemala
 Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Quetzaltenango 16 de Mayo 2014. Boletín No. 54

¿Maternidad, Causa Estrés?

Fisicamente el estrés se presenta en la mala alimentación, trastornos del sueño, cambios de humor como irritabilidad y cambios hormonales normales en el embarazo.

El aspecto psicológico es fundamental en el proceso del embarazo por lo que debemos evitar en la futura madre angustia, rechazo, inestabilidad económica, falta de apoyo de la pareja o de la familia, preocupación y miedo por el riesgo de pérdida del nacimiento de su hijo. Estos aspectos se manifiestan en el estrés de la madre en descuido personal, falta de apetito, aislamiento, falta de asistencia a su control prenatal, algún trastorno depresivo o ansioso, lo que tendrá consecuencias negativas al bebé en su desarrollo psicofísico.

Por lo cual es importante que se brinde a la madre un ambiente tranquilo, seguro, condiciones económicas ideales y sobre todo tener el soporte de la pareja y familia.

La maternidad es un estado que la mayoría de las mujeres deben vivir en alguna época de su vida, por lo que hemos consultado la opinión de Obstetras y psicólogos profesionales en relación a la interrogante.

Durante el inicio, desarrollo y final del embarazo la mujer presenta cambios hormonales así como emociones que repercuten en ella y en el ser que lleva en su vientre.

La mujer que tiene su primer embarazo manifiesta fuertemente la preocupación y el estrés sobre el trabajo de parto, la respuesta que tendrá, miedo al no estar capacitada, ansiedad, que con una orientación de un especialista profesional desde el inicio y atendiendo las recomendaciones del profesional podrá superar.




www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Boletín de Prensa
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
 Gobierno de Guatemala
 Hospital Roosevelt

Quetzaltenango 16 de Junio 2014. Boletín No. 53

"GENÉTICA: LA CIENCIA DE LA HERENCIA"

La genética es una rama de la biología que estudia cómo se transmiten características de los seres vivos, rasgos, bioquímicas y conductuales en las generaciones.

La genética explica cómo se heredan y modifican características (rasgos) como: fisiología (funciones específicas dentro del cuerpo) de forma natural, color, constitución física y comportamiento (el temperamento, carácter, conducta) de los seres vivos. Así es como la genética se encarga por entender cómo estas características pasan de padres a hijos, a madres y van cambiando de generación en generación.



El sexo de una persona se establece en el momento mismo de la concepción, ya que depende del cromosoma que aporta el espermatozoide.

De los 46 cromosomas que tiene una persona en su código genético, el sexo viene determinado solo por dos cromosomas: X (cromosoma femenino) y Y (cromosoma masculino). El sexo se define de acuerdo a dos cromosomas X: mujer, cromosomas XY: hombre.

Cuando un espermatozoide que contiene un cromosoma Y fecunda un óvulo, da origen a un niño (XY). Cuando la fecundación ocurre con un espermatozoide que contiene un cromosoma X resulta una niña (XX). En el caso de las mujeres, sus óvulos siempre traen la combinación XX, mientras que en los varones el espermatozoide puede traer cualquiera de las dos variantes (X o Y) definiendo así el sexo del nuevo ser por la variante del padre.

Esto explica por qué el padre define el sexo del bebé y no la madre, ya que en épocas pasadas se creía erróneamente que era la madre.



www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Boletín de Prensa
Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
 Gobierno de Guatemala
 Hospital Roosevelt

Quetzaltenango 23 de Mayo 2014. Boletín No. 57

NO SONRIA, RIASE A CARCAJADAS (Risoterapia)

La risa es una respuesta biológica del organismo causada por un estímulo. Para superar esta deficiencia emocional una persona no beneficiada para las personas, entre ellas para la salud, se debe ayudar a la revalorización del paciente.

Cuando riemos se libera el Cortisol sustancia que del corazón, el cual nos ayuda a descargar emociones negativas que se acumulan produciendo y tener una sensación de bienestar.

Fisiológicamente la risa ejercita el diafragma mejorando la digestión y previene infartos ya que el movimiento de diafragma libera que circula mejor la sangre, ayuda a liberar toxinas, oxigena la sangre debido a la dilatación de los vasos sanguíneos, con sus contracciones en la cavidad se despiertan los oídos y nariz.

Gracias a la Beta-Endorfina, (hormona neurotransmisor que liberamos cuando reímos), se puede aliviar el dolor por su función analgésica. Previene el envejecimiento y alivia la depresión.

La Psicóloga Odria Ortiz indica "La Risa es beneficiosa para todo" por eso es importante auto estimularse y crear pausas para reír, propiciando situaciones que nos hagan reír, buscar el lado bueno de las cosas ya que de esta forma atraeremos cosas positivas a nuestra vida.

Uno de los mejores momentos para reír es en nuestras relaciones sociales, en equipos de trabajo, grupos de estudio, porque tenemos más confianza y somos más propensos a poder exteriorizar nuestras emociones.

Ahora sí a reír a carcajadas por su salud!



Etiquetar foto Opciones Promocionar publicación Com

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Boletín de Prensa

Guatemala 15 de Junio 2014

PADRE SOLTERO

El cuidado y crianza de los hijos es una tarea ardua e implica sacrificios por parte de los padres. En nuestra sociedad es más común el concepto de madre soltera, pero ¿qué sucede con un padre soltero?

Algunas de las razones por las que algunos hombres se dedican a la formación de sus hijos solo son por abandono de hogar de la madre, casos donde consiguen la custodia de sus hijos tras un divorcio o al quedar viudo.

Un padre soltero enfrenta varios retos en mencionada formación de los hijos, entre ellos tener que combinar el tiempo entre su trabajo, que es de vital importancia para satisfacer las necesidades básicas de sus hijos, el tiempo que dedica para compartir con ellos y para realizar las tareas del hogar y el tiempo para él mismo, que en ocasiones no existe.

Los padres solteros también enfrentan problemas emocionales, pues deben superar la pérdida de la pareja o la ausencia de ella. Pueden presentarse cuadros de depresión, problemas de ira, baja autoestima o sentimientos de culpa por la situación en la que se encuentran reprimiendo sus sentimientos y no estar disponible emocionalmente.

Estas situaciones afectan directamente a los hijos creyéndoles inseguridad, miedo, tristeza, ya que perciben el estado anímico del padre y repercuten en su estado emocional.

Los psicólogos recomiendan a los padres solteros, que es importante cuidar de sí mismo, tanto físico como emocionalmente ya que el padre es el modelo de los hijos. Tomar tiempo para cuidar la salud física y mental, conocer a nuevas personas y realizar cosas nuevas, son algunos de los cosas que beneficiará la salud mental de los padres.

Buscar el apoyo de la familia y amigos es importante ya que ellos son las personas más adecuadas para escuchar los problemas que puedan presentarse.

Tratar de equilibrar las actividades que se realizan y priorizar el tiempo que se dedica a la familia, más aun con el hijo o los hijos ya que así creará un vínculo de confianza y afecto. En algunos casos es recomendable buscar apoyo psicológico para saber cómo manejar las situaciones de la vida que no nos permiten superar las dificultades.

www.mspas.gov.gt

www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Boletín de Prensa

Guatemala 19 de Junio 2014

DÍA MUNDIAL DE LA TOMA DE CONCIENCIA CONTRA EL ABUSO Y MALTRATO DEL ADULTO MAYOR

El pasado 15 de junio se celebró el Día mundial de la toma de conciencia contra el abuso y maltrato del anciano. Este día fue decretado por la Organización de Naciones Unidas en el año 2012 para que las personas reconozcan el valor del adulto mayor y la importancia de brindarle una vida digna. En nuestra sociedad los ancianos sufren de discriminación y sobre todo de maltrato, principalmente por: falta de familia, cuidadores, instituciones entre otros.

Algunos de los maltratos que sufren los adultos mayores son: golpes, laceraciones, moretes psicológicos (palabras ofensivas, expresiones peyorativas) económicas, abuso sexual, abandono, negligencia.

Entre las causas de prevaletencia del maltrato hacia el adulto mayor se pueden encontrar:

- La omisión de denuncia.
- Falta de reconocimiento y respeto de la sociedad al Adulto Mayor.
- Falta de promoción de derechos.
- Ausencia de cultura de paz en la familia.
- Falta de educación y cultura sobre la vejez.
- Falta de mecanismos efectivos para la detección de situaciones de maltrato.
- Carencia de un sistema de defensa al Adulto Mayor.

El maltrato al Adulto Mayor crea consecuencias fatales que pueden provocar más aislamiento de la persona, soledad, depresión, abandono y hasta la muerte.

Hospital Roosevelt es pionero en la creación de la primera clínica pública del Adulto Mayor, instituida en noviembre del 2011, por una iniciativa del Dr. Díaz Caseros que forma un comité con el objetivo de dar la mejor asistencia al paciente mayor. La clínica se fundó con el apoyo del Patronato de Asistencia social y la Dirección Ejecutiva del hospital.

La clínica es coordinada por el Dr. Díaz Caseros y el Dr. Miguel Luna y se da atención médica alrededor de 8 y 9 pacientes diariamente, actualmente se integró el apoyo psicológico y nutricional a los Adultos Mayores. Realizan diversas actividades recreativas, charlas, pláticas orientativas organizadas por la clínica y colaboradores de la Procuraduría de los Derechos Humanos y de Trabajo social el tercer lunes de cada mes.

www.mspas.gov.gt

www.agn.com.gt

25. APOORTE EN REDACCIÓN PARA REVISTA VIRTUAL

Apoye en redacción de artículos para la revista virtual oficial de Hospital Roosevelt que se puede observar en la página oficial www.hospitalroosevelt.org y es redactada bimestralmente con artículos de salud y eventos realizados en el Hospital.

Sub-Directora Médica

Dr. Marco Tulio
Sub-Director Técnico

Consejo Editorial

Eugenia Zacarias
Redactora

Donald Urizar
Redactor

Marco Antonio Estrada
Redactor

Lilian Román
Redactora

Fernando Álvarez
Revisión de Redacción

Mynor Cumes
Diseño y Diagramación

Mariela Heredia
Coordinación

Revista Hospital Roosevelt

Comunidad Roosevelt

Mayo y Junio 2014
4a. Edición

Curiosidades
Consultorio
Noticias
Salud

ISSUU

26. DISEÑO Y REDACCIÓN DE INFOGRAFÍAS

Realicé la propuesta de diseñar infografías para reducir la cantidad de texto utilizado y cambiar el etilo de publicaciones en la fanpage, propuesta que fue aceptada y las infografías realizadas fueron las siguientes:

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

EL DENGUE



Es una enfermedad viral que se transmite por picadura del mosquito *Aedes aegypti*. Debe considerarse los antecedentes de dengue en la familia y comunidad.

El Dengue clásico inicia con fiebre repentina arriba de los 38.5 grados centígrados con duración de 2 a 7 días, acompañada de dos o más de los siguientes síntomas:

- Dolor en músculos y articulaciones.
- Dolor de cabeza y dolor en los ojos al moverlos.
- Sudoración y erupción cutánea (rash) en el cuerpo.

Ante éstos síntomas se recomienda acudir al centro o puesto de salud más cercano.

#hospitalrooseveltgt
@HRrooseveltGT

www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

EL LAVADO DE MANOS SALVA VIDAS

¿Cómo lavarse las manos?

- 1 USE AGUA Y JABÓN O ALGUN PRODUCTO A BASE DE ALCOHOL.
- 2 LÁVELAS POR LO MENOS 20 SEGUNDOS SIN OLVIDAR LAS YUECAS Y ENTRE LOS DEDOS.
- 3 ENJUAGUELAS COMPLETAMENTE.
- 4 SEQUELAS CON PAPEL DESECHABLE.
- 5 CIERRE LA LLAVE DEL AGUA CON EL MISMO PAPEL.
- 6 REPITA EL LAVADO VARIAS VECES AL DÍA.




www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

ANEMIA

CAUSAS DE ANEMIA

- Bajo consumo de alimentos rico en hierro
- Enfermedades infecciosas frecuentes
- Parasitosis severa
- Hemorragias

La anemia es la disminución del número de glóbulos rojos en la sangre provocada frecuentemente por la falta de hierro. Se caracteriza por palidez. El diagnóstico de confirmación se realiza por exámenes de laboratorio.

SÍNTOMAS

- Sentirse malhumorado.
- Sentirse débil o cansado con más frecuencia de lo normal, o con el ejercicio.
- Dolores de cabeza.
- Problemas para concentrarse o pensar.



www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

INFECCIONES RESPIRATORIAS AGUDAS

Son infecciones del aparato respiratorio causadas por microorganismos (que pueden ser virus o bacterias) que se encuentran en el ambiente.

- Neumonía:** Es una infección pulmonar e inflamatoria por virus y bacterias. Entre los síntomas están tos, fiebre, dificultad para respirar, dolor de tórax, náusea en los pulmones y abultadas (semeja como se abulta en el pecho).
- Resfriado común:** Los síntomas son secreción nasal, fiebre y tos en algunas ocasiones.
- Otitis:** Infección del oído que se caracteriza por dolor persistente con o sin historia de resfriado. Produce una secreción serosa o purulenta a través del conducto auditivo externo por varios días.
- Amigalitis:** En estos casos las amígdalas se enrojecen y aumentan su tamaño. Hay presencia de fiebre, dolor de garganta. Los ganglios linfáticos aumentan de tamaño y duelen.
- Mastoiditis:** Es una inflamación (normalmente después de un proceso infeccioso) del hueso mastoideo que es parte del hueso temporal, situado detrás de la oreja. Los síntomas son: dolor de cabeza, fiebre, enrojecimiento del oído, hinchazón detrás del oído.

Si presenta cualquiera de estos síntomas, se recomienda acudir al centro o puesto de salud más cercano.

#hospitalrooseveltgt
@HRrooseveltGT

www.mspas.gob.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

COLON IRRITABLE

El síndrome del intestino irritable (SII) es un trastorno que lleva a dolor abdominal y cambios en el intestino, es una enfermedad difícil de diagnosticar y a la vez, bastante difícil de tratar ya que no hay una única causa definida. Sin embargo, hay factores que lo ocasionan, por lo que intentamos ser un agente modificador para mantener controlados los síntomas que ocasiona.

FACTORES IMPLICADOS:

Mala alimentación: alimentos altos en grasas o diferencia de frutas y verduras, consumo de bebidas carbonatadas.

Factores Psicológicos: estrés, depresión, trastornos nerviosos.

Medicamentos: antibióticos, ciertos fármacos, antacidantes.

Enfermedades Patológicas: amebias, E. coli, H. pylori, Cáncer, tuberculosis intestinal o viral.

Consumo de drogas: tabaco, alcohol, otras.

www.mspas.gov.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

¿QUÉ ES LEPTOSPIROSIS?

Se da contagio por el contacto directo con la orina de un animal infectado, o con agua y/o ambientes contaminados con dicha orina. El riesgo de contraerla aumenta al se producen inundaciones o al desarrollar actividades recreativas en ríos, lagos, lagunas, arroyos.

Síntomas

- Los síntomas característicos son fiebre alta, dolor de cabeza, dolores musculares, infección conjuntival e ictericia (coloración amarillenta de la piel y mucosas), por lo cual se confunde con enfermedades como la influenza y el dengue. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la Leptospirosis se puede presentar en los siguientes cuadros clínicos:

- Síntomas de tipo gripal.
- Síndrome de Weil, caracterizado por ictericia, falla renal, hemorragia, inflamación del miocardio y trastorno del ritmo cardíaco.
- Meningitis.
- Hemorragia pulmonar con falla respiratoria.

Se debe acudir a un médico rápido, ya que esta enfermedad puede ser mortal. El tratamiento incluye el uso de antibióticos.

www.mspas.gov.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

DIABETES

SÍNTOMAS

- Te cansas fácilmente
- Mucha sed
- Pérdida de peso
- Aumenta tu apetito
- Incremento de la orina

ES UNA ENFERMEDAD CRÓNICA QUE COMPRENDE UN GRUPO DE TRASTORNOS METABÓLICOS CARACTERIZADOS POR UN AUMENTO DE LOS NIVELES DE GLUCOSA EN LA SANGRE.

ANTE CUALQUIERA DE ESTOS SÍNTOMAS ES IMPORTANTE QUE ACUDA UNA CONSULTA CON EL MÉDICO LO MAS PRONTO POSIBLE.

www.mspas.gov.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

¿Sabe cuáles son los efectos de no dormir suficiente?

- Deterioro Cognitivo
- Lapsos de pérdida de la memoria.
- Deficiencia en la capacidad de realizar juicios morales.
- Bostezos con exageración.
- Deficiencia en el sistema inmune. (defensas del cuerpo bajas).
- Riesgo de diabetes tipo 2.
- Taquicardia, (frecuencia cardíaca alterada).
- Riesgo de enfermedades del corazón.
- Disminución del tiempo de reacción y precisión en las actividades que realiza.
- Riesgo de obesidad
- Disminución de la temperatura corporal.

www.mspas.gov.gt www.agn.com.gt

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social

Gobierno de Guatemala

Hospital Roosevelt

Hipertensión Arterial

Es un trastorno en que los vasos sanguíneos tienen una tensión alta. Los vasos sanguíneos llevan la sangre desde el corazón a todas las partes del cuerpo. Cada vez que el corazón late, bombea sangre a los vasos. La tensión arterial es la fuerza que ejerce la sangre contra las paredes de los vasos (arterias) al ser bombeada por el corazón. Cuanto más alta es la tensión, más es:

COMPLICACIONES

- ACCIDENTE CEREBROVASCULAR
- INSUFICIENCIA CARDÍACA / INFARTO
- LESIONES EN LOS RIÑONES

SIGNOS Y SÍNTOMAS

- DOLOR DE CABEZA
- VISION BORROSA
- MAREOS
- OPRESIÓN EN EL PECHO
- ZUMBIDO DE OÍDOS

SI OBSERVA ESTOS SÍNTOMAS, ACUDA RÁPIDAMENTE A UN CENTRO ASISTENCIAL MAS

www.mspas.gov.gt www.agn.com.gt

27. PROMOCIÓN DE REDES SOCIALES

Se Diseñó y redactó un mensaje de invitación de seguimiento que fue colocado en fanpage y twitter para poder promocionar la página y tener un mayor alcance, en las publicaciones se etiquetó a medios de comunicación.



En las carteleras de todo el hospital se colocaron afiches con el diseño para que las personas pudieran saber que el hospital cuenta con presencia en redes sociales.

28. MANUAL DEL USO Y MANEJO DE REDES SOCIALES

Se diseñó y redactó un manual para el departamento de comunicación del Hospital Roosevelt donde pueden encontrar : los objetivos, manejo, la forma adecuada de publicar, tips, funciones de las redes, así como consejos ante situaciones adversas que se susciten y el proceso para abrir una cuenta en las redes de Facebook y Twitter

	Contenido de Manual
	Qué es la Web 2.0
	Redes Sociales
	Community Manager
FACEBOOK y TWITTER	Objetivos de la red social como canal de comunicación del Hospital. Beneficios
	Historia de Facebook
FACEBOOK	Descripción de las Herramientas de la Fan page Cómo Abrir una Fan Page Cómo Evaluar rendimiento de una fan page Consejos Básicos para mantener una Fan Page Glosario de Expresiones Qué hacer en situaciones de conflicto
	Historia de Twitter
<i>TWITTER</i>	Descripción de las herramientas de Twitter Cómo abrir una cuenta de Twitter Cómo Evaluar el rendimiento de Twitter Consejos básicos para mantener una cuenta de twitter Glosario de Expresiones Qué hacer en situaciones de conflicto

29. TEMAS DE CONFERENCIA “COMUNIDADES VIRTUALES”

Los temas tratados en la conferencia Comunidades Virtuales fueron los siguientes:

	Activos de una vía
	Activos de doble vía
Capítulo 1 Tipos de usuarios	Pasivos de una vía
	Pasivos de doble vía
Capítulo 2 Optimizar la cercanía con los usuarios	INBOUND marketing
	Search engine optimization
	Content Marketing
	Social Media Marketing
	Priorización de tareas
Capítulo 3 ¿cómo atender a todos?	Definir el trato de los fans
	Prestar atención a comentarios
	Optimizar el tiempo

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN DE

ESTRATEGIA

EJECUTADA

- 30 .ESTRATEGIA
- 31. EVALUACIÓN DE FACEBOOK
- 32. EVALUACIÓN DE TWITTER
- 33. EVALUACIÓN DE MANUAL DE REDES SOCIALES
- 34. VISITA DE SUPERVISIÓN ASESORA EPS
- 35. VISITA DE SUPERVISIÓN A CONFERENCIA

30. ESTRATEGIA

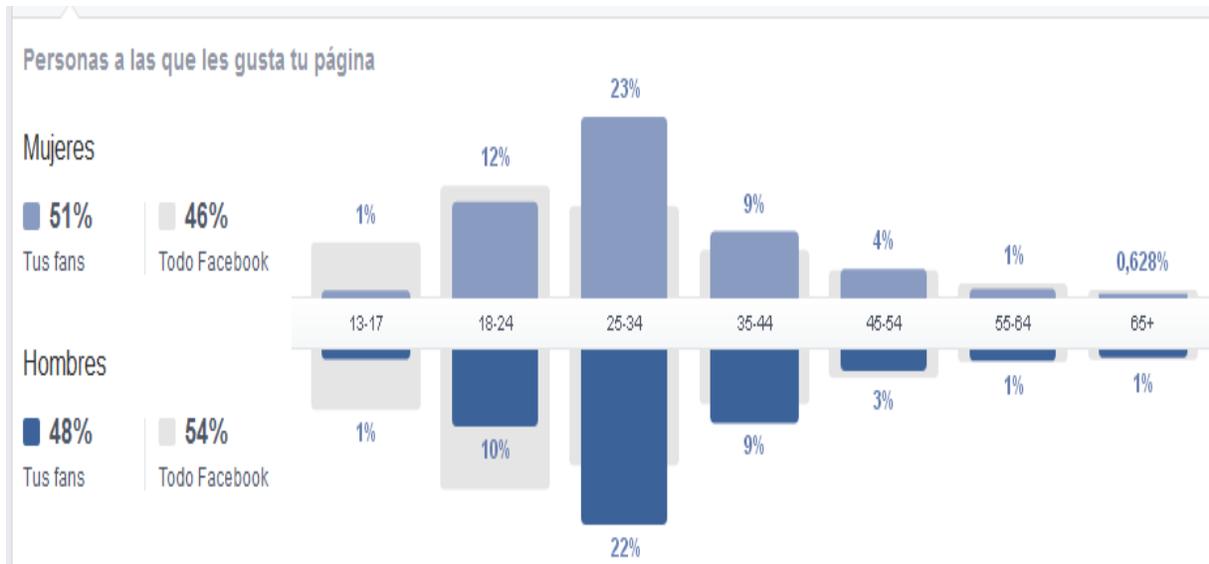
Estrategia: Creará y montará una página oficial en Facebook y Twitter del Hospital Roosevelt para expandir los canales de comunicación entre el hospital y los usuarios, personal que labora en el mismo, medios de comunicación y público en general donde se presentarán noticias de interés nacional como: notas de salud preventiva, avances, proyectos, beneficios para la salud de los usuarios del nosocomio. Entrevistas, infografías, fotografías, celebraciones del hospital y datos de interés para las personas, que será manejada por la oficina de comunicación del Hospital. A la vez se redactara un manual para el uso de redes sociales, su importancia, significado, y manejo correcto de las mismas para poder capacitar al personal de comunicación encargado de las redes

31. EVALUACIÓN DE FACEBOOK

31.1 ANÁLISIS DE PERSONAS

Se utilizara el sistema estadístico que nos ofrece Facebook donde pudimos determinar:

Análisis de Personas: conocimos el número de seguidores de la página del hospital, los usuarios activos, y tipo de personas que nos siguen.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El resultado del tipo de personas seguidoras de nuestra Fanpage, que nos proporciona Facebook nos proporcionó datos que de 337 seguidores el 51% son mujeres y el 48% son hombres. Una mínima diferencia entre ambos sexos.

Nuestros fans comprenden de 15 a 65 años aproximadamente siendo de 25 a 34 años las edades que más nos siguen y visitan.

Esto quiere decir que nuestro grupo objetivo son hombres y mujeres entre 25 y 34 años de edad.

31.1 UBICACIÓN DE NUESTROS FANS

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Guatemala	447	Ciudad de Guatemala, Gu...	364	Español	350
Estados Unidos de América	17	Chiquimula, Guatemala	16	Español (España)	89
El Salvador	3	Mixco, Guatemala	8	Inglés (Estados Unidos)	32
Brasil	3	Quetzaltenango, Guatemala	6	Portugués (Brasil)	4
Colombia	2	La Antigua Guatemala, Gu...	4	Español (México)	2
España	2	Escuintla (municipio), Gua...	3	Portugués (Portugal)	1
Nicaragua	1	Quezaltenango, Quetzalte...	3		
Canadá	1	Zacapa (municipio), Guat...	3		
Perú	1	Los Ángeles, California y ...	2		
México	1	Jalapa (Jalapa), Guatemala	2		

Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El indicador muestra que de 478 seguidores, el 93.51 % de nuestros fans son guatemaltecos y residen en el país. En su mayoría residentes de la Ciudad de Guatemala, Chiquimula, Mixco y Quetzaltenango.

El 3.55% de nuestros fans están ubicados en Estados Unidos de América.

0.62 % son fans de países como El Salvador, Brasil.

0.41% son fans de países como Colombia y España.

Y 0.20 % son de países como Nicaragua, Canadá, Perú y México.

Los idiomas que hablan nuestros fans esta en mayor numero el Idioma Español, Español de España y el idioma Inglés.

31.2 ANÁLISIS DE CLICS EN “ME GUSTA” A LA PÁGINA:

Nos brindó información de la cantidad de “me gusta”, que se obtuvieron de nuevos fans para la página y cuantas nuevas personas nos siguieron desde el 5 de mayo hasta el 28 de junio del 2014.

MES DE MAYO:

SEMANA #1 5 MAYO AL 9 DE MAYO



En la primera semana tuvimos 212 nuevos seguidores de la fanpage.

SEMANA #2 12 MAYO AL 16 DE MAYO



En la segunda semana de lanzamiento obtuvimos 273 seguidores, obteniendo 61 nuevos fans.

SEMANA #3 19 MAYO AL 23 DE MAYO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la tercera semana se obtuvo la cantidad de 293 nuevos seguidores, siendo 20 seguidores más.

SEMANA #4 26 MAYO AL 30 DE MAYO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la última semana del mes de lanzamiento se obtuvieron 305 nuevos fans, aumentando la cifra y logrando 12 nuevos seguidores.

MES DE JUNIO SEMANA #5 2 JUNIO AL 6 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la quinta semana se obtuvieron 312 seguimientos de la Fanpage, siendo 7 nuevos fans.

SEMANA #6 9 JUNIO AL 13 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la sexta semana se obtuvo un incremento a 326 seguidores, obteniendo un incremento de 14 nuevos fans para la página de Facebook.

SEMANA #7 16 JUNIO AL 20 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la séptima semana se obtuvo 331 seguidores, teniendo un total de 5 nuevos fans para nuestra página de Facebook.

SEMANA #8 23 JUNIO AL 28 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la última semana se obtuvieron 336 seguimientos, logrando así 5 nuevos fans para la página.

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

La cantidad de seguidores inició con 161 de la semana 1, culminó con 337 seguidores, obteniendo 177 seguidores entre las 8 semanas se manejó de la página de Facebook.

Demostrando que las primeras semanas se obtuvo la mayor cantidad de fans que dieron clic en la página.

Por el contrario en el segundo mes se notó menor cantidad de seguidores semanalmente.

Sin embargo la cantidad de seguidores no se estancó en ninguna semana, logrando siempre incrementar la cantidad de seguidores que se obtuvieron semanalmente.

31.3 PUBLICACIONES

Con la información del análisis de interacciones de nuestras publicaciones podremos establecer qué tipo de publicaciones tuvimos más éxito y así replicarlas con frecuencia.

5 AL 16 DE MAYO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la Primera quincena de mayo pudimos observar que la publicación de enlaces tuvo la mayor cantidad de alcance, es decir llegó a más personas y fue más aceptada así como fotos y los estados colocados.

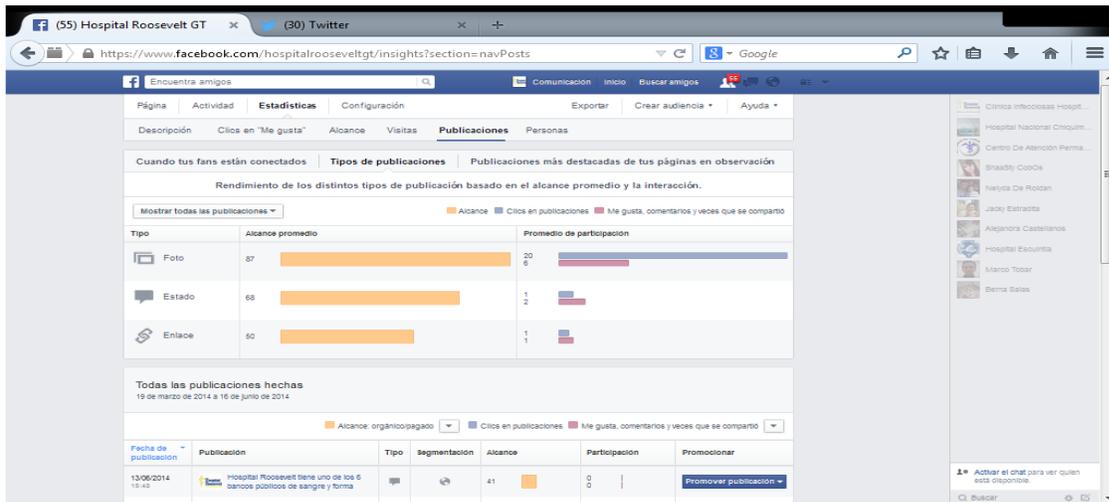
19 AL 30 DE MAYO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la segunda quincena la publicación de fotografías obtuvo mayor aceptación y alcance, en segunda opción enlaces y estados se mantiene igual a la semana anterior.

2 AL 13 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

Durante la primera quincena del mes de junio las fotos mantuvieron la mayor aceptación, en diferencia con los estados, que en esta quincena tuvieron mayor alcance que los enlaces que estuvieron en tercer lugar.

16 AL 27 DE JUNIO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la segunda quincena del mes de junio la tendencia se mantuvo, obteniendo mayor alcance las fotografías, segunda opción los estados y en tercer lugar los enlaces.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Durante las 8 semanas de ejecución de la práctica se pudo comprobar que las personas prefirieron publicaciones de imágenes, ya que interactuaron mucho más con imágenes.

Las publicaciones de estados, que contenían información estadística del Hospital y sus servicios también fueron muy bien aceptadas, ya que se mantuvo como segundo lugar de preferencia por nuestros fans.

Y los enlaces publicados de la revista virtual del hospital, que contenía artículos de interés fueron los terceros mayor aceptados y preferidos por nuestros fans.

Esta opción nos dio la información de las publicaciones que menos gustaron a los fans, de esta forma tuvimos la oportunidad para realizar cambios en los contenidos que publicamos y mejorarlos según los gustos de nuestros fans, publicando más infografías, menos texto, más enlaces de interés, más fotografías de eventos e infraestructura o instalaciones del Hospital Roosevelt.

31.4 ALCANCE

A cuántas personas llegamos con nuestra página y publicaciones, la cantidad de personas que vieron o interactuaron con nuestra página.

5 AL 16 DE MAYO



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la primera quincena obtuvimos un alcance de 896 personas con nuestras publicaciones.

18 AL 30 DE MAYO

Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como publicaciones, publicaciones de otras personas, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la segunda quincena obtuvimos 690 personas alcanzadas.

2 AL 13 DE JUNIO

Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como publicaciones, publicaciones de otras personas, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la primera quincena de junio obtuvimos 583 personas alcanzadas.

16 AL 27 DE JUNIO

Alcance total

Número de personas a las que se mostró alguna actividad de tu página, como publicaciones, publicaciones de otras personas, anuncios sobre personas a las que les gusta tu página, menciones y visitas.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

En la segunda quincena de junio se obtuvo un alcance de 697 personas, teniendo un incremento ante las semanas anteriores.

ANÁLISIS DEL ALCANCE

Durante las 8 semanas de monitoreo de las publicaciones se pudo comprobar que el alcance orgánico, es decir sin oportunidad de utilizar publicidad o promociones pagadas, fue diverso semanalmente, obteniendo el mayor alcance durante el primer mes. Se cuenta solamente alcance de fans que poco a poco fueron incrementándose y dándole “me gusta” a la fanpage.

De acuerdo al resultado del análisis de las publicaciones preferidas por los fans y el alcance se fueron realizando publicaciones para ir obteniendo mayor alcance a las personas y por consiguiente elevar el número de personas a las que los mensajes llegaran.

32. EVALUACIÓN DE TWITTER

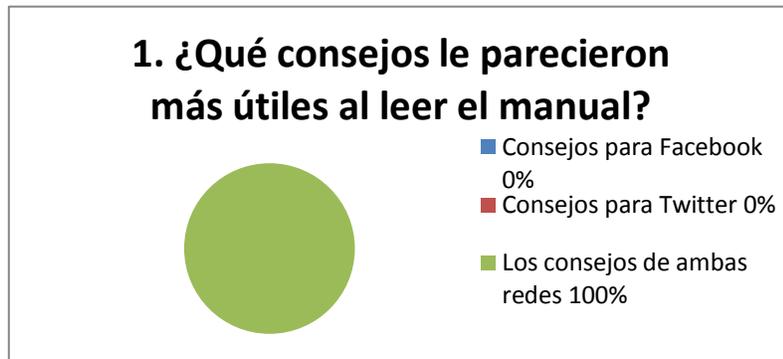
Se llevó una tabla de control en la que se registró diariamente la cantidad de seguidores que se obtuvieron durante el mes de mayo y junio que nos sirvió para determinar la cantidad de seguidores semanales y mensuales obtenidos.

FECHA	SEGUIDORES TWITTER	SEGUIDORES POR SEMANA	SEGUIDORES AL MES
MAYO			Durante el mes de lanzamiento de la cuenta de Twitter @Hrooseveltgt obtuvo un alto número de seguidores, alcanzando la cifra de 963. Esto se considera un exitoso avance debido que es una cuenta nueva.
5	65	675 seguidores en la primera semana.	
6	65		
7	711		
8	725		
9	740		
12	854	167 seguidores en la segunda semana.	
13	860		
14	867		
15	878		
16	901		
19	935	58 seguidores en la tercer semana	
20	942		
21	947		
22	953		
23	959		
26	972	63 seguidores en la cuarta semana.	
27	979		
28	994		
29	1017		
30	1022		

FECHA	SEGUIDORES TWITTER	SEGUIDORES POR SEMANA	SEGUIDORES AL MES
JUNIO			<p>Durante el segundo mes la cuenta de Twitter obtuvo un total de 120 nuevos seguidores, una cantidad menor al mes de lanzamiento. Sin embargo es un buen resultado ya que la cantidad de seguidores se incrementó y no se observó ningún estancamiento. Demuestra la aceptación de las personas y el interés por tener información de la cuenta.</p>
2	1030	38 seguidores en la quinta semana.	
3	1037		
4	1045		
5	1056		
6	1060		
9	1069	32 seguidores en la sexta semana.	
10	1074		
11	1078		
12	1084		
13	1092		
16	1105	26 seguidores en la séptima semana.	
17	1106		
18	1110		
19	1113		
20	1118		
		24 seguidores en la octava semana.	
23	1130		
24	1134		
25	1137		
26	1139		
27	1142		

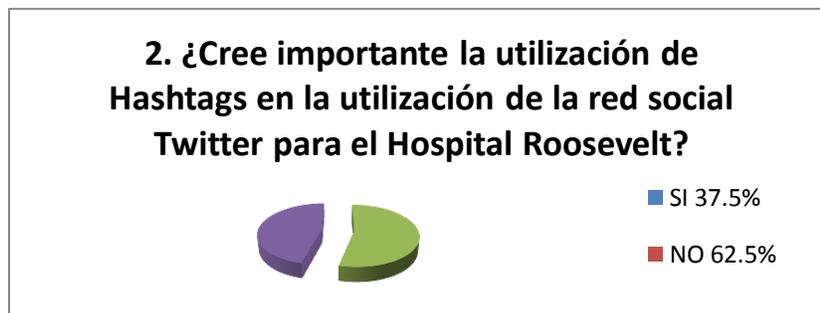
33. EVALUACIÓN DE MANUAL DE REDES SOCIALES:

Se dio una copia del manual de uso de redes sociales a cada miembro del equipo previo a la capacitación. A través de una encuesta hacia los miembros del equipo de comunicación se comprobó que fuera leído el manual, se hayan comprendido los temas tratados en el mismo y explicados en la capacitación así como la aceptación y opinión de las actividades realizadas a través de una encuesta que presentó los siguientes resultados.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El resultado de la encuesta demostró que todo el equipo de comunicación consideró útiles los consejos para ambas redes sociales que manejan en el Hospital Roosevelt y fueron bien aceptados por el equipo.



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El equipo de comunicación considera que los Hashtags no son indispensables para el funcionamiento o éxito de la cuenta en la red social de Twitter, así mismo demuestra que tiene conocimiento del vocabulario utilizado por la red social y la lectura de la última parte del manual donde se encuentra el glosario de términos.

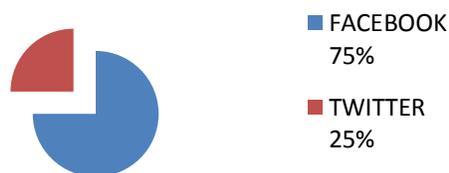
3. ¿Considera que el Community Manager es un trabajo que beneficia una institución como Hospital Roosevelt?



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El 100% de encuestados piensa que es positiva la ejecución del Community manager en los canales virtuales de comunicación que ahora maneja el hospital y demuestra que conocen el vocabulario utilizado en el manual.

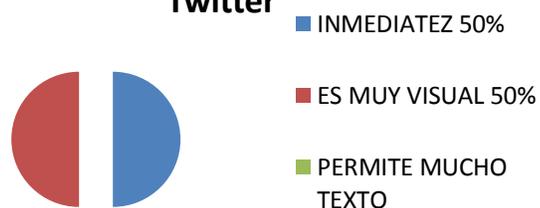
4. ¿Cuál de las siguientes redes sociales fue un proyecto que inició para estudiantes de la Universidad de Harvard?



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

Tres cuartas partes de los encuestados respondieron correctamente a la pregunta realizada, demostrando que la mayoría acertó a la respuesta de la pregunta que se encontraba en el manual. Solo una cuarta parte no acertó a la pregunta.

5. Elija un de las opciones siguientes que considere caracteriza más la función de Twitter



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, julio 2014

El 100% de las personas respondió correctamente a la pregunta, respondiendo bien las dos opciones que acertaban a la respuesta. Nadie respondió incorrectamente a la tercera opción.

34. SUPERVISIÓN EN OFICINAS CENTRALES DE HOSPITAL ROOSEVELT

Se Contó con la visita de la Supervisora de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS- Floralba Pérez Folgar para evaluar la ejecución del plan y las actividades realizadas en la oficina de Comunicación Social, así como para la capacitación dada al personal de Comunicación Social.



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014

Visita de supervisión



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014

Visita de supervisión.



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014
Visita de supervisión.



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014
Visita de supervisión.

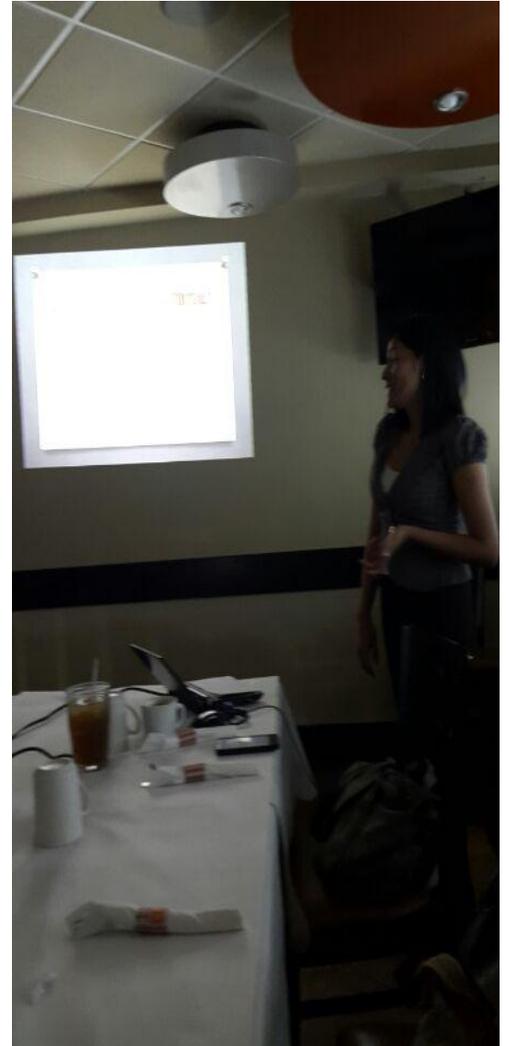
35. SUPERVISIÓN DE CAPACITACIÓN A PERSONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014
Capacitación personal.



Fuente:
Méndez, Eugenia, Guatemala, junio 2014
Capacitación personal.



Fuente: Méndez, Eugenia, Guatemala,
junio 2014 Capacitación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

36. CONCLUSIONES

En todo equipo de trabajo es necesario tener un clima positivo, motivación, incentivar el trabajo en equipo y contar con un buen líder.

Uno de los pilares fundamentales para el buen desempeño de un equipo de trabajo es la comunicación que se tenga con los integrantes del mismo y la utilización de canales adecuados y funcionales.

Con el avance de la tecnología y el internet, la forma de comunicar se ha transformado, facilitando cada vez más la comunicación con las personas, propiciando la comunicación inmediata y volviéndola más personalizada.

Las instituciones de estado y en este caso Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social deben mantener a la población comunicada sobre las actividades que realizan, avances, logros y proyectos que se ejecutan.

Las redes sociales son un canal de comunicación que, con el uso adecuado se convierten en una herramienta importante para transmitir información a cientos de personas, rápidamente y de manera más directa.

Las capacitaciones a los equipos de trabajo son importantes para mantener a los trabajadores actualizados y a su vez motivados para desempeñar un mejor trabajo.

Es importante tomar en cuenta en la planificación de trabajo, la inclusión de FODA y reuniones con el equipo para detectar problemas, deficiencias o mejorar procesos que hayan dado buenos resultados para el desempeño de labores.

37. RECOMENDACIONES

Se recomienda mantener actividades que promuevan la unión del equipo y de recreación para incentivar a la cooperación donde exista la inclusión de todo el personal y se promuevan las relaciones humanas en el grupo.

Todo equipo de trabajo debe utilizar canales como redes sociales, mensajes de texto, llamadas, emails, reuniones de equipo semanales, o mensuales, y transmitir concretamente la información de interés para ser ejecutada de la mejor forma posible.

Se debe tener el conocimiento del avance tecnológico y a su vez saber las novedades de nuevas formas de comunicarse virtualmente para ir a la vanguardia de la tecnología.

A través de las redes sociales como Facebook y Twitter las instituciones de estado como Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social pueden acercarse a la población y medios de comunicación para transmitir y dar a conocer las actividades que se realizan de una forma más rápida y directa.

Ministerio de Salud Pública debe utilizar las redes sociales desde un punto de vista informativo, brindando información de salud preventiva, actualizando los avances que se realizan y dando a conocer los beneficios con los que los guatemaltecos cuentan.

Se debe asistir y brindar a los trabajadores capacitaciones y cursos para mantenerse actualizados y a la vanguardia de los avances en comunicación, esto beneficiara en el rendimiento de los trabajadores y facilitará procesos.

En la planificación anual de trabajo deben contemplarse al menos tres veces al año evaluaciones del desempeño laboral utilizando herramientas como FODA, encuestas, sondeos y reuniones con el equipo de trabajo para detectar deficiencias o mejorar procesos, así como también conocer la opinión de los miembros del equipo de trabajo.

38. ANEXOS

38.1 FOTOS



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014
Página en Facebook MSPAS

17.1 FOTOGRAFÍAS



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Página Oficial <http://portal.mspas.gob.gt>



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014
Boletín para redes sociales y carteleras.

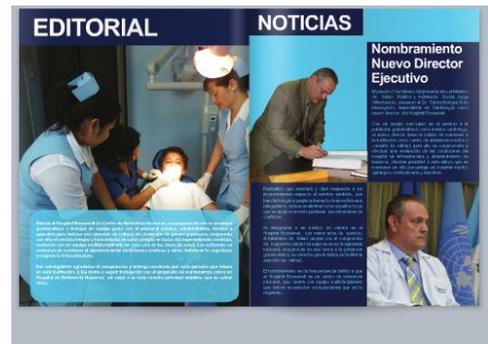


Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014
Cuenta Twitter @mspasp



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Página Oficial hospital Roosevelt www.hospitalroosevelt.gob.gt



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Revista interna Hospital Roosevelt



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Fondo de Pantalla Monitores en red Hosp. Roosevelt



Fuente: Román, Lilian, Guatemala, marzo 2014

Cartelera Hospital Roosevelt



38.2 ENCUESTAS

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN 2014
LILIAN DENISSE ROMÁN CHANQUÍN 200814046
38.2.1 MODELO ENCUESTA**

Instrucciones: marque con una X a la respuesta que se ajuste a su criterio u opinión sobre cada pregunta.

6. ¿Qué tipos de canales de comunicación son utilizados por su jefe para transmitir información de trabajo y actividades?
Correo electrónico____
Facebook____
Chat en grupo de Whatsapp____
Mensaje de texto____
Llamada telefónica____
Reuniones____
Circulares____
Memorándum____
7. ¿Con qué frecuencia utiliza su jefe los diversos canales de comunicación?
Diariamente____
Semanalmente____
Mensualmente____
8. ¿Qué tipo de canales de comunicación utiliza usted para comunicarse con su jefe?
Reuniones____
Llamada telefónica____
Mensaje de texto____
Correo electrónico____
Chat de Whatsapp____
9. ¿Cómo considera la relación con su jefe?
Buena____
Mala____
Regular____
Soportable____
10. ¿Qué canales de comunicación utiliza para comunicarse con sus compañeros de trabajo?
Llamada Telefónica____
Correo electrónico____
Mensaje de texto____
Chat de whatsapp____
Facebook____
Reuniones____

11. ¿Cómo considera el trabajo realizado por el departamento de comunicación?
 Bueno___
 Malo___
 Regular___
12. ¿Qué actividades extra laborales son promovidas en el departamento de comunicación?
 Celebración de Cumpleaños___
 Convocatoria a torneos deportivos ___
 Bienvenida a un miembro nuevo del equipo de trabajo___
 Eventos sociales organizados por el Ministerio en pro de los trabajadores___
 Excursiones___
 Convivencias fuera de la oficina___
13. ¿Qué tipo de canales de comunicación son utilizados para informar al público en general de las actividades y logros del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social?
 Facebook___
 Twitter___
 Página web___
 Boletines___
 Carteleras ___
 Radio___
 Televisión___
 Prensa___
14. ¿Con qué frecuencia se actualiza la información dirigida al público en general a través de los canales de comunicación?
 Diariamente___
 Semanalmente___
 Mensualmente ___
15. ¿Con qué frecuencia recibe entrenamiento y capacitaciones?
 Mensualmente___
 Semestralmente___
 Anualmente___
16. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para desempeñar su trabajo?
 Si___
 Solo lo indispensable___
 No___
17. ¿Considera están organizados y administrados de forma efectiva los recursos del departamento?

SI__

NO__



38.2.2 MODELO ENCUESTA



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN 2014
LILIAN DENISSE ROMÁN CHANQUÍN 200814046

Instrucciones: marque con una X a la respuesta que se ajuste a su criterio u opinión sobre cada pregunta.

1. ¿Qué consejos le parecieron más útiles al leer el manual?
Consejos para Facebook____
Consejos para Twitter____
Los consejos de ambas redes____
2. ¿Cree importante la utilización de Hashtags en la utilización de la red social Twitter para el Hospital Roosevelt?
Si____
No____
3. ¿Considera que el Community Manager es un trabajo que beneficia a una institución como Hospital Roosevelt?
SI____
NO____
4. ¿Cuál de las siguientes redes sociales fue un proyecto que inició para estudiantes de la Universidad de Harvard?
Twitter____
Facebook____
5. Elija una de las opciones siguientes que considere caracteriza más la función de Twitter
Inmediatez____
Es muy visual____
Permite mucho texto____

38.3 TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

38.3.1 ENTREVISTA 1

Entrevista dirigida a

Nombre: Lic. Gustavo Barillas

Cargo: Jefe del departamento de comunicación social de Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social.

¿Cuántas personas están integrando el departamento de comunicación actualmente?

-Aquí es una dirección de comunicación, en la cual yo tengo cuatro unidades bajo mi cargo, uno es el departamento de comunicación, unidad de acceso a la información, atención al ciudadano y la otra es todo el tema de denuncia. Bajo mi cargo yo tengo a todos comunicadores de todos los hospitales nacionales como las áreas de salud, eh físicamente conmigo tengo 25 personas, bajo, digamos que están cerca de mí y después a nivel nacional tengo como 150 personas que están bajo mi responsabilidad

¿Éstas personas cómo están distribuidas?

-Mira pues como te digo yo tengo bajo mi responsabilidad los 44 hospitales del país y en cada uno tengo entre una y 6 personas dependiendo de la demanda y del tamaño del hospital. El Roosevelt y el San Juan cada uno tiene entre 6 y 7 personas, tiene un jefe del departamento, una que es asistente, otra persona que maneje parte del acceso a la información, otro que atiende medios, otro que hace el seguimiento a denuncias, y obviamente los trabajos que hace cada uno en comunicación tanto en el hospital de forma interna como la parte de atención a los medios. Entonces el hospital Roosevelt y el San Juan son los más grandes del país, entonces tienen como unidades más grandes tenés el ejemplo del hospital de Huehuetenango que ahí hay dos personas en la unidad y aparte en el área de salud hay dos personas, tenés en Totonicapán que tenés una persona en el hospital y una persona en el área, en Quiché tenés que un comunicador por hospital y también tenés que hay un comunicador por área, que son tres áreas, entonces solo en Quiché tengo 6 personas de comunicación. Tenemos Peten que digamos, el hospital de Melchor de Mencos tiene una comunicadora y el área tiene otro comunicador, ahí hay tres áreas. Entonces la extensión física es en todo el país, en las 34 áreas de salud que tiene el ministerio más los cuarenta y...cuatro hospitales que tiene el Ministerio de Salud, entonces eso te da como 82 áreas ejecutoras y cada una tiene al menos una persona de comunicación y máximo tiene siete personas, aparte tengo los viceministerios, que digamos tengo personas encargadas de verme como que enlaces con los viceministerios, lo que es el viceministerio de atención primaria tengo ahí que son parte también del departamento de comunicación que son parte de los 25 que tengo acá, 6 están en la zona 1, que físicamente no estamos en el mismo lugar pero somos digamos evidentemente lo mismo solo que físicamente separados

y aquí conmigo tengo un grupo de 20 personas que son las que pasan normalmente atendiendo tanto la administrativa, la parte técnica del ministerio, la parte normativa que son programas que también dependen de forma directa conmigo pero también físicamente están separados, entonces son personas que son enlaces de comunicación todo el tiempo.

¿A través de que canales de comunicación usted le transmite la agenda de trabajo a su equipo?

-Ah bueno, tengo dos formas, yo les mando cada domingo o sábado una agenda de programación de las actividades que hay que hacer durante toda la semana en todo el país. Esto es donde tienen que ir, donde va a ser la reunión y que autoridades van a llegar y que necesito que hagan de cada lado, desde acompañamiento o la participación de reuniones como también cobertura o convocatoria de medios para la actividad, entonces ahí van desde la parte de una capacitación de programa hasta una reunión de trabajo que haya, hasta una gira que hacen los viceministerios, eso es por email que se las envío a cada uno y también por mensaje de texto por whatsapp. A veces por llamadas por ejemplo actividades que son programadas de emergencia que no son como que prevenibles con tiempo.

¿Cómo considera su relación con su equipo de trabajo?

-Emm... yo digo que mejor la juzguen ellos, yo la considero que es buena. Hay buena comunicación con todos y creo que al final este yo trato de ser más como, aquí obviamente convivimos todo el tiempo, trato de ser como que lo más armonioso con la relación que todos sepamos hacer el trabajo de todos y todos en un momento tengamos las mismas responsabilidades.

¿Cómo departamento de comunicación a través de qué canales informan a todo el ministerio de las actividades que se realizan?

-A bueno, hay tres formas, una son los boletines que se generan a diario los cuales los manejamos en cuatro o cinco días y esta Facebook, Twitter, está la página oficial del Ministerio que es la página web, están los fondos de pantalla de todo el ministerio, tenemos un servidor en el cual, pongamos información se refleja en todas las maquinas del ministerio y también se les comparte a los viceministerios cada uno boletines de la información de lo que se logró en todos los lugares. Yo lo que tengo es que digamos la información de todo lo que se hace en Huehuetenango se comparte en todo el país ya no solamente acá, toda la información que se haga en cada departamento se le transmite a todas las unidades y todos los departamentos para que sepan que se hace en todo el país.

¿Lo de los monitores se maneja de forma separada con los hospitales?

-Si, lo que sucede es que cada comunicador de cada área o cada hospital tiene una capacitación aquí, al entrar en el cual el damos, lo que hacemos es replicar la mecánica de la planta central a que la repliquen en cada lugar entonces la idea es que todos tenemos o

Estamos amarrados a servidores en cada área entonces es, todos podemos poner en cada fondo de pantalla la información que nosotros queramos.

Entonces lo que hacemos es replicarle a cada comunicador o departamento de cada lugar como es la mecánica, desde cómo recabar la información, cómo eh...sistematizarla para el medio, cómo elaborar un comunicado o boletín y en qué forma diagramarlo y cómo hacer para que todos los que están en su área sepan que es lo que se está haciendo en todo el país.

¿Realizan ustedes FODA como departamento?

-Si

¿Eso lo hacen anualmente, semestralmente...?

-Lo voy variando, eso lo hago dependiendo de la coyuntura como todo es político en algún momento entonces tengo como que mapas de poder para saber cómo se mueven los actores del ministerio y también un plan estratégico del ministerio de salud es autorizado por el ministro y por otro tipo de consejo técnico con el cual vamos dependiendo de cómo va ser el plan estratégico vamos haciendo como que el foda y de cómo vamos haciendo algunos trabajos y cómo comunicar y en qué momento la coyuntura que se puede dar es algo que pasa todo el tiempo. Digamos los 51 sindicatos que tenemos pueden fortalecer un aspecto o desestimar alguno.

¿La memoria de labores y el POA está a cargo de ustedes la elaboración?

-Si, la memoria de labores se hace en conjunto con la unidad de planeación estratégica, nosotros hacemos toda la diagramación para después la recabación de la información la hace la unidad de planeación estratégica del ministerio. El POA cada quien hace su POA. Nosotros como unidad o como departamento hacemos el nuestro y en algún momento yo puedo incluir o excluir digamos eh el POA de cada unidad ejecutora trabaja de forma independiente cada unidad, debido al proceso es centralizada la ejecución pero digamos yo como director puedo tener injerencia sobre los fondos de cualquier unidad.

¿El acceso a esos documentos es libre y puedo adquirirlo para verlo?

-NO, en el tema del POA es EVIDENTEMENTE CONFIDENCIAL. Ya cuando esa el presupuesto se hace la ejecución pero siempre se está reprogramando.

-La memoria de labores es de acceso público, cualquier persona la puede adquirir pero el POA se va elaborando cada año y un momento uno lo diagrama y finanzas te lo puede modificar entonces yo espero el POA que me entreguen puedo tener digamos, uno puede ingresar al SICOIN o a finanzas para ver lo que tiene asignado el ministerio para la parte de

comunicación o de publicidad. Pero también se puede hacer reprogramaciones mensuales para poder tener más fondos o los fondos que no se ejecuten trasladarlos para acciones más importantes para el abastecimiento de medicamento o combustibles o el tema de algún tipo de información que necesite alguna unidad.

¿Considera que cuentan con los recursos óptimos para ejecutar bien su plan estratégico de comunicación?

-Ehhh... ala que buena pregunta, Emm...si y no. Osea yo he logrado ejecutar con los fondos que he tenido osea perfectamente todo lo que he necesitado osea el año pasado hasta me madriaron porque me pasé, osea digamos como departamento llevo buena ejecución en lo que se refiere a nuestra área hemos logrado cambiar, normalmente los departamentos de comunicación solo se dedicaban a darle cobertura al ministro , digamos desde que estoy en la dirección lo que hemos hecho es que le damos cobertura a todo el ministerio, entonces realmente hemos logrado utilizar el recurso humano como los fondos para poderle dar cobertura a todo, en algún momento digamos yo tengo información de cualquier parte del país y también puedo darle cobertura o apoyo eh tanto de logística como financiera a toda unidad ejecutora del ministerio. El tema de darles afiches, calcomanías, pauta para radios, material grafico, desde aquí se les da todo el material a todo el país. Antes realmente no se hacia, antes cada quien generaba como podía, buscaba donaciones de fondos para poder venir y tener ellos su apoyo económico para poder replicar, pero digamos el departamento no se centraba en ese apoyo a la institución ahora ya se hace, ahora el ministerio le da a todas las áreas de salud el apoyo tanto en logística como en imagen, como también en la disposición de los programas preventivos o lo que se necesita fortalecer en la parte de comunicación hacia las áreas o a la población.

¿Los dos hospitales más grandes de la ciudad tienen por parte del hospital designado un presupuesto para comunicación o ustedes tienen que estipular una cantidad para el hospital?

-Cada unidad ejecutora tiene asignada una parte del presupuesto en eso, lo que tiene que hacer en su momento cada jefe del departamento tiene que hacer sus programaciones y su POA entonces digamos yo conozco la necesidad máxima y ellos conocen las necesidades de cada lugar, lo que si hacemos es como darle el apoyo a todos los hospitales y áreas cuando ya no tienen fondos para poder ejecutar en algo que tenga necesidad el hospital o el área de salud.

Bueno muchas gracias, creo que solamente esas preguntas son, le agradezco por sus respuestas y su tiempo.

-Ok con todo gusto.

38.3.2 TRANSCRIPCION DE ENTREVISTA 2

Entrevista dirigida a:

Nombre: Licda. Mariela Heredia

Cargo: Jefa de la oficina de comunicación en Hospital Roosevelt

¿Cuánto tiempo llevas tú en el cargo de Jefa del departamento de comunicación en el hospital Roosevelt?

-Como un mes y medio

¿Tienen en el departamento un plan estratégico, manual de funciones o FODA?

-Emm si yo hice un FODA y se lo presenté a Gustavo pero no se los he presentado al equipo.

¿Cómo Jefa del departamento, qué funciones tienes?

-Bueno, pues tengo programación de conferencias, atención de medios, Emm elaboración de planes, planificación de actividades.

¿Me puedes describir alguna de las actividades que planifican?

-Por ejem...ah y también soy vocera. Por ejemplo si viene un medio y quiere tal vez algún tema, se gestiona verdad, para poderlo dar. O también dar declaraciones,

¿Qué crees que podría optimizar el trabajo de comunicación en el hospital?

-Falta insumos para poder comunicar de una forma más efectiva.

Interrupción por una llamada telefónica...

¿Cuánto de presupuesto tienen ustedes para ejecutarlo?

-Pues en realidad no dependemos de presupuesto, tampoco del hospital, si necesitamos algo pues le podemos hablar al Dr. Soto, dependiendo verdad si vemos que el Dr. Soto nos dice que no hay presupuesto nos vamos para allá con Gustavo a ver si nos autorizan.

¿Qué canales de comunicación utilizas para comunicarte con tu equipo?

-Por Whatsapp, mensajes, llamadas, reuniones.

¿Qué canales de comunicación utilizas para comunicarte con el personal del hospital?

-Llamada telefónica o reuniones, mensajes masivos en los monitores y correos electrónicos, los mailing, en esto me ayuda Regina.

¿Cada cuánto envían mensajes en los monitores?

-Ah eso se cambia cada dos días. Por ejemplo ahorita tenemos este de la Tuberculosis. Ya estuvo ayer y hoy, ya mañana se cambia.

¿Quién decide qué información se pondrá en los monitores?

-Puedo decidir yo, pero la verdad no digo “solo yo”, puede ser cualquiera del equipo.

Del hospital?

-Fíjate que ahorita lo que vamos a hacer es que vamos a tener una base de datos de los correos actualizada y por sectores se puede decir, tener los correos de los doctores para mandarles información o de enfermeras, algo así verdad.

¿Y actividades como equipo para fortalecer su comunicación interna?

-Mira la verdad ahorita no hemos tenido, bueno si alguien cumple años se le canta pero la verdad ahorita no hemos podido hacer nada así por cuestiones económicas, porque aún no han pagado verdad, pero si después ya podremos hacer algo.

En situación de crisis de comunicación en el hospital ¿tienen un plan para actuar?

-Fíjate que Emm... crisis en qué sentido?

En una emergencia o problema de rumor en el hospital o epidemias donde tengan que atender a los medios

-Ahhh ya, si mira cuando es un tema de tal magnitud lo maneja el ministerio directamente, si no nos metemos nosotros sino que ellos yo no doy declaraciones si es tan masivo o delicado, la primera persona que responde es Gustavo o alguna doctora, después en base a lo que ellos declaran yo declaro.

38.3.3 TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

Entrevista dirigida a:

Nombre: Licda. Regina Bolvito

Cargo: encargada de acceso a información y miembro del equipo de comunicación de Hospital Roosevelt con más tiempo de laborar en ese sector.

¿Cada cuánto hacen un plan estratégico de comunicación y cuantas personas intervienen?

-Emm mira como creo que anual verdad de ahí alguna administración diferente que tenga otras prioridades creo que se acopla a las peticiones que tengan en base a eso pues ya se modifica el plan que se tenga. Y cuantas personas intervienen sería la autoridad principal el jefe del departamento y ya tal vez algunas propuestas que tengan el equipo s de la oficina.

¿En qué fecha más o menos se hace esa planificación?

-Este usualmente sería finalizando el año pero como te repito si en el transcurso de ese año ha un cambio se hace.

¿Existe un foda del desempeño equipo, memoria de labores o el POA?

-El foda si se ha trabajado, como acaba de haber un cambio verdad entonces ahorita creo que si Mariela hizo su análisis, pero si se hacía en la anterioridad de cada uno en cuanto a funciones y memoria de labores a nivel general de hospital.

Digamos ¿el departamento no?

-Mm osea si se incluye digamos que nosotros incluimos nuestra gestión pero en conjunto es del hospital.

¿Y el POA?

-EL POA no

¿Esa información quién la tiene?

-Fíjate que la otra vez hubo una solicitud que hicieron pero la verdad no te podría decir quien lo trabaja.

¿Mariela podría ser que ella sepa?

-Sí deberías preguntarle tal vez ella sabe

¿El Lic. Barillas no trabaja fodas?

-Puede que él lo trabaje allá en las oficinas centrales

¿Allá con el otro grupo?

-Si y que tal vez se lo traslade a Mariela

-Las actividades principales que se desempeñan en comunicación aquí en el hospital son?

-¿Las primordiales? Emm...cubrir las actividades verdad y resaltar este los beneficios del hospital, emm mantener una comunicación interna fortalecida verdad , que todo el hospital sepa que es lo que se está trabajando y ponete tal departamento tiene un congreso entonces lo divulgamos, que beneficios y así mismo también se trabaja con la comunicación externa en los medios de comunicación verdad, transmitir de alguna manera que el hospital sea como una fuente educativa o informativa verdad para la población y promover eso.

¿A través de que canales de comunicación informa el departamento de forma interna a los demás trabajadores del hospital?

-Contamos con carteleras, que aproximadamente son 23 que ese es un medio, el otro es que tenemos los monitores de las computadoras en red, la mayoría de anuncios o actividades se trasmite por medio de los monitores, las personas que tienen acceso por medio de su computadora ahí aparece. Tenemos correo electrónico también, tenemos boletines y tenemos la página que ahí se alimenta también con boletines.

¿Te refieres a la página del hospital o del Ministerio de Salud?

-Sí del hospital

¿Quién maneja esa página y el envío de información en red?

-Emm infor... recibimos el apoyo de informática verdad que ellos ven la logística pero nosotros acá lo de los monitores aquí en la oficina ehhh periódicamente y este la página igual hay alguna noticia, nosotros, también tenemos la revista interna que es la igual verdad contiene las noticias y las actividades que hubieron en ese mes en el hospital y tiene temas también informativos o de prevención y las hacemos llegar vía correo electrónico y está disponible en la página.

¿Qué otro medio utilizan para informar a los trabajadores aparte de la revista, página y correos?

-Yo creo que, ahh a veces contamos con las plantas telefónicas, ellos nos ayudan a vocear algunas cosas.

¿Digamos memorándums, notas o algo escrito?

-Emm si pero directamente de comunicación social hacia los departamentos es muy poco, si es una forma que se utiliza por la junta directiva o dirección del hospital pero como comunicación social no.

¿Ustedes tienen un presupuesto anual asignado para ésta área específicamente o dependen de lo que diga la dirección general?

-Exacto dependemos de la dirección general

¿El hospital no tiene presupuesto designado para comunicación?

-Mira eso creo que sería mejor que te lo averigüemos verdad que yo sepa realmente no, que se diga esta cantidad es para comunicación social no.

¿Cualquier afiche que necesite el hospital que tengan que utilizar recursos económicos a quien se avocan ustedes?

-Hemos solicitado apoyo al ministerio de salud, para impresiones de algún tipo por lo regular si se hacen campañas usamos los canales que tenemos, ya impresiones a full color o afiches si recibe apoyo del ministerio algunas veces a la dirección ejecutiva pero siempre habría que medir el presupuesto.

¿Manual de funciones trabajan ustedes acá?

-Ehhh manejamos como los términos de referencia verdad que al ingresar acá te dicen que vas a desempeñar estas actividades, estas labores, eso es lo que manejamos.

¿La persona que coordina esa sección quién es?

-Es Mariela Heredia

¿Hay alguien más que tenga en un momento dado ella no está, sea el segundo al mando?

-Emm pues creo que no ha habido alguna asignación pero eso se lo podrías preguntar a ella.

¿Actividades extra laborales que se promuevan por el departamento de comunicación?

-Ehhh talvez la celebración de cumpleaños, como te digo acaba de haber una restructuración aquí en la oficina entonces este celebración de cumpleaños hemos tenido solo nosotros los miembros del departamento pero este como te digo acaba de haber este cambio entonces seria de retomar verdad, pero en este cambio si se tuvo una celebración de cumpleaños ya con la coordinación de Mariela pero si se ha platicado de hacer algunas actividades para fortalecer al equipo de comunicación.

Bueno muchas gracias por tu tiempo te lo agradezco mucho.

-No te preocupes espero que te haya ayudado.

39. BIBLIOGRAFÍA

PILOÑA, GABRIEL “GUIA PRÁCTICA SOBRE MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO” 7ma. Edición, Editorial GP Editores, 2008, Guatemala, 304 páginas.

LEÓN MEJÍA, ALMA “ESTRATEGIAS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN PROFESIONAL” 2da. Edición, Editorial LIMUSA, México DF, 2006, 223 páginas.

REBEIL, MA.ANTONIETA “COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACIONES” 1ª. Edición, Editorial TRILLAS, México DF, 2006, 293 páginas.

CANEL, MARIA JOSE “COMUNICACIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS” 1ª. Edición, Editorial TECNOS, 007, Madrid España, 273 páginas.

REBEIL, MA.ANTONIETA “COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA EN LAS ORGANIZACIONES” 1ª. Edición, Editorial TRILLAS, México DF, 2006, 293 páginas.

EGRAFÍA

- ✓ **Cabañas Gancedo, Javier, Garijo Ureta, Miguel Ángel, Diagnóstico de Comunicación Interna y Plan de comunicación: Instrumentos de participación en el proceso de cambio. Experiencia de la UPAEP (Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla), www.ugr.es/u-veracruzana/comunicaciones.../a2-mx-UPuebla2-final.pdf (Consultado el 5 de febrero y 12 marzo de 2014)**

- ✓ **Charles, Mercedes, Diagnóstico de Comunicación: Gestor de Cambio, 1991,**
cade12.uvmnet.edu/portalple/asignaturas/comunicacion/.../diagnostico.pdf
(Consultado el 6 de febrero 11 marzo de 2014)

- ✓ **Bernal Tamayo, Melissa, Diagnóstico de Comunicaciones Fondo de Empleados Grupo Éxito Presente, 2011,** http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/275/1/Diagnostico_Comunicaciones_Fondo_Exito.pdf,
(consultado el 6 de febrero y 6, 7, 10 marzo de 2014)

- ✓ **Lainé Oquendo, Natividad, Diagnóstico Organizacional Como Punto de Partida para el Cambio, 2005,** <http://www.psicologia-online.com/articulos/2010/10/diagnostico-organizacional-como-punto-de-partida-para-el-cambio.shtml> (consultado 13 de febrero y 18 marzo de 2014)

- ✓ **Triviño, Angie Lizet, Método Descriptivo, 2010,** <http://es.scribd.com/doc/111485247/Metodo-descriptivo>
(Consultado el 10 de febrero y 10 marzo de 2014)

- ✓ **Fuentes, Juan Carlos, objetivos de la investigación (general y específicos), 2009,** <http://jcfmetodologia.ohlog.com/objetivos-de-la-investigacion.oh61553.html>, (consultado el 10 de febrero y 10 marzo de 2014)

- ✓ **Supo, José, Investigación Científica, 2013,** <http://seminariosdeinvestigacion.com/todos-los-trabajos-de-investigacion-tienen-hipotesis/> (consultado el 11 de febrero 16 marzo de 2014)

- ✓ **¿Cómo hacer un plan de comunicación? Manuales prácticos de la PYME,** cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf (Consultado durante todo el mes de abril de 2014)

- ✓ **Plataforma de Voluntariado de España, Elaboración de un plan de comunicación,** Madrid, España, www.plataformavoluntariado.org/resultadosRecursos.php?c=6 (consultado de 2 al 25 de abril de 2014)

- ✓ **Estrategia y plan de comunicaron, Manejo integrado de los recursos marino costeros en Puntarenas,** <http://www.sinac.go.cr/documentacion/Areas%20Silvestres%20Protegidas/Estrategia%20y%20Plan%20Comunicaci%C3%B3n%20Proyecto%20Manejo%20Integrado%20Recursos%20Marino-Costeros%20en%20Puntarenas.pdf> (Consultado de 2 al 25 de abril de 2014)

- ✓ **Mejía Llano, Juan Carlos, Entidades Públicas en redes Sociales, Marketing Digital, 2012,** <http://www.ecbloguer.com/marketingdigital/?p=2698> (consultado de 5 a 10 de abril de 2014.)

- ✓ **Pailares, Andrea, ¿Por qué una fan page y no un perfil de Facebook?, 2012,** <http://www.puromarketing.com/16/12431/page-perfil-facebook.html> (consultado el 15 al 18 de abril del 2014)

- ✓ **SlideShare, Comunicación Corporativa,** <http://www.slideshare.net/> (consultado de 2 al 20 de abril de 2014)