

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

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA FORTALECER LA
IMAGEN INSTITUCIONAL DE CLÍNICA LONDRES S.A.**

Telma Noemi Morales Velásquez

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2014

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

**ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA FORTALECER LA
IMAGEN INSTITUCIONAL DE CLÍNICA LONDRES S.A.**

Informe Final Del Ejercicio Profesional Supervisado E.P.S.

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

Telma Noemi Morales Velásquez

Previo a optar al título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Asesor

M.A Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre de 2014

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Consejo Directivo

Director

Licenciado. Julio Estuardo Sebastián Chilín

Secretaria administrativa

M.A. Claudia Molina

Representantes Docentes

M.A. Amanda Ballina Talento
Lic. Víctor Carillas Brán

Representante de los Egresados

Lic. Michael González Batres

Representantes Estudiantiles

Pub. Joseph Mena
Pub. Carlos León

Coordinador de EPS

M.A. Sergio Vinicio Morataya García

Supervisora de EPS

Licda. Floralba Pérez-Folgar



Guatemala, 28 de octubre de 2014

M.A. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala.
Presente

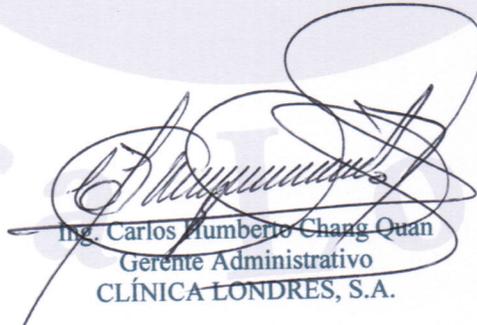
Respetable M.A. Morataya:

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

Por este medio le informo que **TELMA NOEMI MORALES VELÁSQUEZ**, con número de carné 200120491, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en **CLÍNICA LONDRES, SOCIEDAD ANONIMA**, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del **5 de mayo del 2014 al 20 de junio del 2014**, Realizando el proyecto de Comunicación **“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CLÍNICA LONDRES S.A.”**.

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,



Ing. Carlos Humberto Chang Quian
Gerente Administrativo
CLÍNICA LONDRES, S.A.



Nuevo Acceso: 8a. Calle 3-37 Zona 1
(1/2 hora de parqueo Gratis en nuestras instalaciones)
PBX: 2251-2429 • 2494-2929
Visítenos en: www.clinicalondresguatemala.com
E-mail: clinlondres@intelnet.net.gt





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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

Estudiante
Telma Noemi Morales Velásquez
Carné **200120491**
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

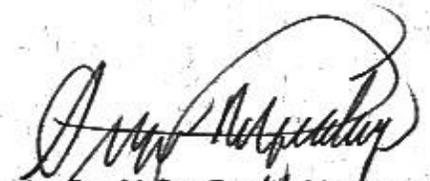
Por este medio informo a usted, que he revisado el informe Final del Proyecto de EPS con título: **"Estrategias De Comunicación Externa Para Fortalecer la Imagen Institucional de Clinica Londres S.A."**.

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

"DID Y ENSEÑAD A TODOS"


Licda. Floralba Pérez-Fogal
Supervisora de EPS




Vo. Bo. M.Sc. Sergio Morataya
Coordinador EPS Licenciatura

Para efectos legales, únicamente el (la) autor (a)
es responsable del contenido de este trabajo.

DEDICATORIA

“PERO GRACIAS A DIOS QUE EN CRISTO SIEMPRE NOS LLEVA EN TRIUNFO, Y QUE POR MEDIO DE NOSOTROS MANIFIESTA LA FRAGANCIA DE SU CONOCIMIENTO EN TODO LUGAR”

2 CORINTIOS: 2, 14

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES

Mi corazón se llena de eterna gratitud a quienes han hecho posible llegar a una de mis metas, ellos han sido mi soporte mi fuerza mi motivo y mi consuelo, la muestra más palpable de amor verdadero en todo momento de mi vida: Mi hermosa Familia.

A Dios:

Por su generosidad, por favorecerme abriendo puertas ante muchos obstáculos y poder llegar a la finalización de esta meta, triunfante.

Mis Padres:

Jose Luis Morales Arias : Mi padre es un Guerrero , ejemplo de perseverancia y a su manera me demuestra su gran amor por mi.

Blanca Aracely De Morales: Mujer Unica ,luz en mi vida con su ejemplo incansable de fortaleza Humildad y Amor a nuestro creador.

Mis Hermanas:

Lucrecia, Claudia, Sonia, compartimos el mismo caracter e impetu, guiadas por nuestros padres por los caminos de Dios para alcanzar la felicidad en cada una de nuestras vidas.

Mi Novio: Julio Rubén Castro Muñoz.

Eres un ser humano de valor incalculable, el regalo más hermoso con el que la vida me ha bendecido, y por que todo cambio cuando llegaste a mi.

Ing. Carlos Humberto Chang Quan:

A usted mi inmensa gratitud,por que Dios lo puso como mi Angel en el camino para llegar a mi meta.

Mis Amigas:

Evelyn Vega Susy Galiz y Lucrecia Corado por estar conmigo en los momentos de dificultad y apoyarme siempre.

Resumen

| | |
|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| UNIVERSIDAD: | Universidad de San Carlos de Guatemala |
| UNIDAD ACADÉMICA: | Escuela de Ciencias de la Comunicación |
| TITULO: | Estrategias de Comunicación externa para fortalecer la Imagen Institucional de Clínica Londres S.A. |
| AUTORA: | Telma Noemí Morales Velásquez. |
| METODOLOGÍA: | Observación, encuestas, entrevistas, recolección de información de datos referentes a comunicación externa de la Institución. |
| CONCLUSIÓN: | Clínica Londres S.A. ahora cuenta con herramientas de publicidad para visibilizar su presencia en el mercado en el campo de la medicina, fortaleciendo su imagen Institucional a nivel de comunicación externa. |

INDICE

| Contenido | Página |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------|
| Introducción..... | 1 |
| Justificación..... | 2 |
| 1. Objetivos..... | 3 |
| 1.1. Objetivos Generales..... | 3 |
| 1.2. Objetivos Específicos..... | 3 |
| 2. La Institución..... | 4 |
| 2.1. Antecedentes de la Empresa Clínica Londres, S.A..... | 4 |
| 2.2. Origen e Historia de la Clínica..... | 4 |
| 2.3. Ubicación Geográfica..... | 5 |
| 2.4. Misión y Visión de Clínica Londres S.A..... | 5 |
| 2.5. Departamentos de la Institución..... | 5 |
| 2.6. Objetivos institucionales..... | 5 |
| 2.7. Integración de Alianzas Estratégicas..... | 6 |
| 2.8. Publico Objetivo..... | 6 |
| 2.9. Los servicios que presta la Clínica..... | 7 |
| 2.10. Organigrama..... | 7 |
| 3. Ficha descriptiva de la Empresa..... | 8 |
| 4. Metodología..... | 11 |
| 4.1. Método Científico..... | 11 |
| 4.2. Instrumentos..... | 11 |
| 4.3. Cronograma..... | 13 |
| 5. Recopilación de Datos..... | 14 |
| 5.1. Ficha de la Entrevista..... | 14 |
| 5.2. Resultados de las Entrevistas..... | 15 |
| 5.3. Tablas Comparativas Puntos de Encuentro y Diseños entre entrevistados..... | 15 |
| 5.4. Graficas, cuadros e interpretaciones de resultados de las encuestas..... | 16 |
| 5.5. Descripción de la Comunicación Interna..... | 21 |
| 5.5.1. De la Infraestructura..... | 21 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.5.2. Canales de Comunicación Interna | 22 |
| 5.5.3. Rumores | 22 |
| 5.6. Descripción de Comunicación Externa | 22 |
| 5.6.1. Campañas Realizadas | 22 |
| 5.6.2. Presupuesto de Comunicación para el presente año..... | 22 |
| 6. Antecedentes | 24 |
| 7. Estudio de mercado | 25 |
| 7.1. Infografía..... | 25 |
| 8. Objetivos | 25 |
| 8.1. De negocio | 25 |
| 8.2. De marketing | 25 |
| 8.3. De comunicación | 26 |
| 9. Publico Objetivo | 26 |
| 10. Mensaje | 26 |
| 11. Estrategia..... | 26 |
| 12. Los Planes de comunicación | 27 |
| 12.1. Comunicación corporativa | 27 |
| 12.1.1. Estrategia | 27 |
| 12.1.2. Acciones | 27 |
| 12.1.3. Comunicación externa | 27 |
| 12.1.4. estrategia de publicidad | 28 |
| 12.1.5. estrategia de Marketing..... | 29 |
| 12.1.6. acciones..... | 29 |
| 12.1.7. RRPP y gestión de medios | 34 |
| 12.1.8. RSC | 34 |
| 13. Calendario..... | 35 |
| 14. Presupuesto | 36 |
| 15. Control y seguimiento | 37 |
| 16. Ejecución de Estrategias para fortalecer la imagen de Clínica Londres .S.A.. | 38 |
| CONCLUSIONES..... | 52 |
| RECOMENDACIONES | 53 |
| ANEXOS | 54 |

| | |
|----------------------------------------|----|
| Artes..... | 54 |
| Cotizaciones | 59 |
| Modelo de las Encuestas | 61 |
| Fotografías de supervisión de EPS..... | 63 |
| BIBLIOGRAFIA | 67 |

Introducción

Como punto final en la culminación de toda carrera profesional y requerimiento del Ejercicio Profesional Supervisado EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación (EEC) fue fundamental la elaboración de una investigación que conlleva datos recopilados que demostraran a su vez la necesidad de La implementación de una Estrategia para el fortalecimiento de la imagen institucional de la entidad Clínica Londres S.A. La cual no solo brinda asistencia privada en realización de Estudios Radiológicos por Imágen también obedece a alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas entre ellas el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), hospitales Nacionales San Juan de Dios y Roosevelt, centros de salud a nivel nacional.

Dicho proceso formado por varias fases, la primera el diagnóstico, el cual se baso en la observación de los acontecimientos dentro de las instalaciones de la clínica y el comportamiento de los pacientes al momento de ingresar a realizarse los estudios respectivos al mismo tiempo saber hasta que grado conocían la existencia de dicha institución. Se trato de ser lo mas claro posible al momento de recopilar tal información, así tener el concepto claro de cual sera nuestro objetivo principal para dar a dicha entidad el fortalecimiento en la comunicación externa que manejan hasta el momento, así poder crear nuevas alternativas o bien fortalecer las ya existentes para posicionarla dentro del campo de la Radiología como una de las clínicas especializadas en Estudios Radiológicos con las más alta tecnología y personal calificado.

Se presento la segunda etapa El Plan pues ya habiendo hecho la observación correspondiente la cual se baso en entrevistas, grupo focal Autoridades de la Clínica, encuestas realizadas a pacientes para conocer de forma más directa su punto de vista en cuando al conocimiento de la existencia de los servicios, ubicación, y otros datos importantes. A su vez se Presentaron varias estrategias que incluían productos publicitarios nuevos o bien se planteo la renovación de algunos que ya habían sido ejecutados con anterioridad, con el motivo de mejorar su presentación ante el público y obtener los resultados deseados.

El proposito fundamental de esta investigación y ejecución de las estrategias aprobadas es el realce de Clínica Londres S.A. Dar a conocer por medio de las estrategias ejecutadas los beneficios en cuanto a precio y diagnósticos de los estudios realizados a los pacientes brindandoles un alto grado de confianza . Posicionando la imagen de La Clínica ante la Población Guatemalteca capitalina como la mejor opción en la realización de Estudios Radiológicos y Diagnóstico por Imágenes.

Justificación

En nuestro país es difícil encontrar una institución con interés por la realidad nacional en el tema de la salud, Clínica Londres S.A como tal es una entidad fundada con el objetivo de brindar los servicios Radiológicos por Imagen con alta calidad humana y tecnológica que esta al servicio de toda persona que necesite realizarse sus estudios respectivos sin importar su condición raza o estatus social ante la sociedad, proporcionando precios razonables ya que cree en un principio básico de toda la humanidad el derecho a la Salud.

Dicha Entidad para prestar un óptimo servicio trabaja estrategias en conjunto con entidades privadas y públicas que hacen relevante su imagen ante el público ya que los resultados muestran un diagnóstico confiable, manteniendo al mismo tiempo una estrecha relación con los médicos tratantes y público en general.

Como entidad privada se encuentra posicionada dentro de los tres primeros centros Radiológicos del país, debido a que cuenta con todos los equipos que se necesitan para realizar los múltiples estudios de ultrasonidos, rayos X, Mamografía 2 equipos, Densitometría Ósea, Fluoroscopia, Tomografía Axial, Tomografía de Alta Definición y Resonancia Magnética por tanto Clínica Londres S.A. no ha escatimado gastos en esfuerzos económicos para que los trabajadores cuenten con el equipo necesario para la realización correcta de los estudios a realizar diariamente y cubrir las exigencias médicas para el Diagnóstico de cualquier enfermedad.

La Situación en nuestro país en referencia al tema de la salud se ha convertido en un reto para toda persona que no cuente con los medios necesarios económicamente hablando, pues en muchos de los casos son personas provenientes del interior de la ciudad que con esfuerzo han reunido el costo del examen. No obstante la Clínica cuenta con algunos beneficios satisfaciendo las necesidades de los pacientes.

Son Guatemaltecos que creen en Guatemala, apostándole al área de la salud ciudadana, por eso han unificado criterios y esfuerzos para llevar a la mayoría de la población servicios que en determinado momento fueron exclusivos de alguna élite. Han nutrido las instalaciones con equipos de alta calidad con tecnología de punta que permiten a los médicos tratantes referir con confianza a sus pacientes.

Haciendo de La Radiología un nuevo concepto, cambiando paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a todos, médicos, pacientes e instituciones que han confiado en su servicio.

1. Objetivos

1.1 Objetivos generales:

Determinar por medio del diagnóstico el flujo de la comunicación externa de Clínica Londres S.A. para impulsar o fortalecer un plan comunicacional que facilite el cumplimiento de sus objetivos institucionales.

1.2 Objetivos específicos:

Determinar las posibles causas que provocan problemas de comunicación.

Especificar los canales de comunicación existentes para poder determinar la posibilidad de implementar una estrategia que mejore la comunicación externa basándonos en los resultados del diagnóstico

Establecer los posibles cambios que puede adoptar la imagen Institucional reforzando algunos aspectos ya establecidos en la empresa.

CAPITULO I

- *La Institución*
- *Ficha Descriptiva de la Empresa.*
- *Metodología*
- *Recopilación de Datos*

2. La Institución

2.1. Antecedentes de la Empresa Clínica Londres, S.A.

La formación de la sociedad se inicio en julio del año 1999 y se iniciaron operaciones el día 16 de octubre de 2000 solo con un ultrasonido, un rayos X, una Densitometría, una mamografía y una tomografía, el equipo en su mayoría reconstruido y de segundo uso, posteriormente se fueron cambiando paulatinamente cada equipo y se aumento conforme los años el mismo.

2.2. Origen e Historia de Clínica Londres, S.A

La idea nació de factores internos y externos que influyeron en las personas que invirtieron sus fondos para la formación de esta empresa, inicialmente la China aumentó exportaciones a Estados Unidos de Norte América y el inversionista y socio de la empresa Guillermo Adolfo Castillo, vio que su empresa los Ángeles California iba a empezar a sufrir los embates de la industria China, lo cual lo hizo la decisión de invertir en Guatemala, y viendo la posibilidad de que el Dr. Iván Estuardo Chang Castillo recién había regresado de México especializado en Radiólogo y con deseos de trabajar en una empresa en la cual le dieran la participación como copropietario optó por asociarse y finalmente el Ing. Carlos Humberto Chang Quan , recientemente había cerrado operaciones de la Empresa que durante 32 años administró y trabajó como empresa familiar, consideró que se estaba conformando la empresa ideal, Inversiones Castillo Umaña y Chang Quan , con conocimientos del Dr. Chang Castillo lo cual da forma a una empresa Familiar ya que Castillo Umaña y el Dr. Chang Castillo castillo son sobrino político e Hijo del Ing. Chang Quan respectivamente.

Clínica Londres S.A. Empieza operaciones el día 16 de octubre del año 2000, es una institución privada especializada en estudios de Radiología en el tema de salud, que presta sus servicios a personas de todas las edades, su cobertura en el ramo alcanza instituciones privadas y publicas con quienes tiene convenios establecidos para ayudar en la economía familiar brindando precios hospitalarios accesibles para la población, así también para pacientes referidos para estudios específicos por sus médicos de cabecera.

Su personal lo integran hasta la fecha 33 trabajadores entre los que se cuentan encargados de ventanilla, encargadas de planta telefónica ,secretarias, mecanógrafas , médicos radiólogos,tecnicos, porteros, agentes de policía privada y personal de apoyo a pacientes.

Actualmente la clínica ocupa los inmuebles identificados con los números catastrales 7ª calle 3-18, 3-24 y 3-30 de la zona 1 y 8ª calle 3-37 y 3-45 de la zona 1 totalizando cinco inmuebles y al momento no se tiene planificado hacer más inversiones en inmuebles y tampoco en equipos.

2.3 .Ubicación Geográfica

La empresa Clínica Londres S.A. se encuentra Ubicada en el casco del Centro Histórico de la ciudad de Guatemala, 7 calle 3-24 zona 1 y abarca hasta la 8ª calle 3-37 y el 3-45 de la misma zona, contando con entrada de parqueo para ambulancias por 8ª calle 3-37 de hospitales nacionales, instituciones de salud privadas IGSS y pacientes particulares que llegan a las instalaciones para realizarse sus estudios respectivos.

2.4 Misión y Visión de Clínica Londres S.A.

No se tiene establecido ningún rubro en especial y por lo tanto no existe nada por escrito.

2.5 .Departamentos de la institución

Desde el momento que Ud. ingresa al edificio de Clínica Londres S.A. se encuentra el departamento de:

Recepción: lugar en donde se reciben sus ordenes emitidas por instituciones del estado, privadas por médicos tratantes.

Interpretación: lugar en donde se encuentran los médicos observando y analizando las placas de los estudios realizados para dictar el respectivo criterio de las dolencias de los pacientes.

Caja: Lugar en donde los pacientes realizan los pagos de sus exámenes.

Gerencia Administrativa: Lugar donde se emiten contratos de trabajo, certificados del IGSS y sueldos en Bancos y finalmente Cancelación de facturas de proveedores y compra de repuestos e insumo para el funcionamiento del personal.

2.6 Objetivos Institucionales

Clínica Londres S.A. es una empresa privada que se fundo con el animo servicio y no lucro, actualmente se hace inversiones a futuro y también se hacen estudios en forma social, es decir, de carácter humanitario, pero lógicamente se trabaja con insumos y materiales de alta calidad, buscando que los informes y estudios se presenten de la manera más optima que espera alguien que paga por un servicio de alta calidad y aun así a algunos hospitales nacionales, como instituciones benéficas que se les cobra el valor justo de los estudios, sino se hacen de forma social.

2.7. Integración y Alianzas Estratégicas

Clínica Londres S.A. como institución privada de servicios de salud recibe a todas las personas que necesitan realizarles exámenes específicos ordenados por sus médicos tratantes no importando si tienen convenios con la clínica en cuestión de precios por dichos estudios. Sin embargo desde el año 2013 ha venido trabajando de forma conjunta teniendo acuerdos con pacientes de instituciones públicas y privadas para dar ayuda a la población Guatemalteca de Escasos Recursos y en otros casos por la demanda de estudios a realizar.

➤ Hospital General San Juan de Dios

El Hospital General es uno de los beneficiados ya que se le proporciona precio Hospitalario reduciendo la tarifa normal en cada estudio, para ayuda del paciente de escasos recursos ya que en algunos casos requieren la realización de uno o más exámenes.

➤ Hospital Roosevelt

Este nosocomio también es favorecido con el mismo privilegio que el hospital General ya que la gran demanda de pacientes que acuden a dichos centros de salud nacionales es incontable, existiendo en algunos casos poco personal o Aparatos en estados defectuosos no brindando así un servicio óptimo para los estudios a realizar.

2.8 Público Objetivo

Teniendo el conocimiento previo de la gran necesidad referente al tema de salud en nuestro país, se pone al servicio de los pacientes con equipo, insumos y personal altamente calificado para la realización de los estudios correspondientes, y finalmente obtener alguna utilidad que compense la inversión tan elevada.

2.9 Los Servicios que presta la Clínica

Estudios Radiológicos:

- Radiología general (Digital)
- Ultrasonido General
- Ultrasonido Doppler Color
- Mastografía Digital
- Tomografía Computarizada Helicoidal
- Resonancia Magnética de Alto Campo
- Radiología Intervencionista
- Densitometria Ósea
- Estudios Cardiológicos
- Laboratorios de Análisis Clínicos
- Fluoroscopia Computarizada

El horario de atención del Centro Radiológico Clínica Londres S.A. es:

Lunes A Viernes de 7:00 hasta las 18:00

Sábados de 7:00 horas a 13:00.

2.10. Organigrama.

No se tiene establecido, por tanto no mantiene una estructura definida, pues no existen jerarquías que den paso a tal organización.

3. Ficha descriptiva de la Empresa.

➤ Fortalezas Comunicación interna

Como entidad privada Clínica Londres S.A. se encuentra posicionada dentro de las tres primeros centros Radiológicos del país, debido a que cuenta con equipo de reciente fabricación para la cobertura de todos los estudios que se realizan en la institución, médicos con muy buen diagnóstico, con lo cual se considera tener totalmente cubierta las exigencias médicas para el diagnóstico de cualquier enfermedad.

Clínica Londres S.A. no escatima esfuerzos económicos para que los laborantes de la misma cuenten con los recursos y equipos necesarios para la realización correcta de sus actividades diarias, todo lo que el personal necesita cuentan con ello, y si algo les hace falta de inmediato se provee.

Existe una serie de rotulación que indica claramente la ubicación dentro de la clínica, esto exigido por el ministerio de Trabajo, en cuanto a señales de evacuación de emergencias, extinguidores, sanitarios y llamadas de atención para las personas que acompañan a los pacientes.

El reglamento de trabajo para colaboradores de la clínica esta en trámite de aprobación en el Ministerio de Trabajo.

➤ Fortalezas Comunicación Externa

En referencia a Comunicación Externa cuenta con la contratación anual de páginas amarillas, páginas blancas y página web. [http:// www.clinicalondresguatemala.com/index.html](http://www.clinicalondresguatemala.com/index.html) en donde se presenta la información de los servicios y ubicación de la clínica y a la fecha han sido satisfactorios los servicios.

➤ Debilidades Comunicación interna

Los esfuerzos por cambiar la comunicación organizacional no han sido de peso o no cuentan con la estrategia correcta para obtener los resultados deseados en algunos aspectos específicos dentro de la clínica, tal es el caso de la comunicación jefes y empleados.

La no existencia de departamentos específicos, no manifestar un orden jerárquico, no incentivos a los empleados, no cuenta con una Misión y Visión establecidas, falta de personal para las múltiples tareas, la página web carece de información importante de la empresa, la señalización de avisos en las instalaciones es muy poca, no cuenta con un reglamento para los empleados.

➤ **Debilidades comunicación externa**

Se muestra de forma favorable y según manifestaban que han obtenido según sus objetivos los resultados deseados, pero es de reconocer que carece un poco de reconocimiento por parte de la población ya que muchas personas que llegan por primera vez a las instalaciones manifiestan que nunca habían escuchado de la clínica, teniendo esta ya más de 15 años en el mercado.

La página web no es una herramienta que sea de mayor alcance pues es poco utilizada por pacientes de la tercera edad, que en su mayoría son los pacientes que llegan a las instalaciones de la clínica.

A pesar de la importancia de Clínica Londres S.A. la notoriedad es escasa aun, pues al conversar con personas ajenas a los pacientes no conocen la existencia de la misma, a pesar de la lista tan completa de estudios que se realizan y el tiempo de existencia en el mercado.

➤ **Oportunidades Comunicación Interna**

Fortaleciendo los canales de comunicación organizacional interna se puede transformar de forma inesperada la cultura de jerarquías a la comunicación horizontal y participativa, al compartir y trabajar en equipo.

Contribuir a la expansión de la empresa es decir a la búsqueda de nuevos mercados con la aplicación de métodos de desarrollo para avanzar y evolucionar.

Existe la posibilidad de poder mejorar la comunicación organizacional dentro de la empresa con el apoyo de los socios de la clínica. Así como algunos aspectos que contribuyen a la imagen interna de la empresa. Poniendo en práctica una estrategia de comunicación organizacional interna.

➤ **Oportunidades Comunicación Externa**

Al momento de mejorar las relaciones con pacientes, proveedores, puede podrá fortalecer sus alianzas estratégicas para prestar un mejor servicio técnico y humano.

Aprovechar su posición actual dentro de los tres primeros centros radiológicos fomentando la confianza y seguridad en sus estudios.

Implementando de forma correcta la utilización de las herramientas necesarias de comunicación para darse a conocer podrán observar los objetivos deseados.

➤ **Amenazas**

Un factor importante en la empresa es la falta de integración y comunicación en los trabajadores al momento de hacer peticiones o sugerencias a su jefe.

El poco interés que se percibe por parte de las autoridades en dar mayor realce a la empresa como lo amerita.

4. Metodología

4.1. Método Científico: este es una secuencia o proceso de pasos que nos permitirá explicar hechos o fenómenos de la realidad a través de una actividad científica, y permitirá obtener con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

4.2. Instrumentos

Observación

En esta etapa se hacen patentes los problemas de comunicación que presenta la empresa pues nos proporciona un registro visual de lo que ocurre en el mundo real sea este en el área administrativa, en imagen de la empresa que observar las carencias del inmueble, estructura, también con cuantos departamentos administrativos cuenta la institución, así como su forma de trabajo, las relaciones interpersonales entre trabajadores y jefes si los hubiera, determina la unidad de observación, pero principalmente si existe un departamento de comunicación que el Objetivo fundamental del sondeo.

La observación realizada a la institución elegida nos lleva a poner en práctica las técnicas y habilidades de investigación para establecer las condiciones de manera tal que los hechos se realicen en la forma más natural posible y sin influencia del investigador u otros factores de intervención, su principal objetivo en este caso es verificar la falta de comunicación organizacional interna y aspectos que conlleva dicha estructura para el óptimo funcionamiento de la empresa a estudio.

➤ Observación de las necesidades de comunicación

De acuerdo a lo percibido en la técnica de las encuestas se determina la falta de canales de comunicación para dar a conocer los servicios que presta la clínica que son realizados de manera profesional y alto grado de confiabilidad, pues son muchas las personas y que serían de gran ayuda a muchas personas en busca de la realización de estudios específicos a requisito de sus médicos tratantes para su pronto diagnóstico y pronta recuperación.

Documentación

La documentación es una herramienta invaluable pues conlleva datos históricos de referencia para el enriquecimiento de la investigación, Clínica Londres S.A. No cuenta con dicha recopilación de datos plasmados en algún material escrito, por lo tanto la información obtenida se dio por medio de una entrevista realizada al Ing. Carlos Humberto Chang Quan quien amablemente proporciono luego la entrevista por escrito con los datos requeridos para obtener conocimiento de fechas de acontecimientos importantes tales como fundación de la clínica entre otros, así como la situación actual en el tema de la comunicación organizacional interna que comprende varios aspectos.

Esperando contribuir con el material elaborado, dejando un trabajo que plasme la importancia del servicio que presta Clínica Londres S.A. a toda la sociedad guatemalteca y se puedan aplicar algunos aspectos que refuercen los canales de comunicación organizacional internos, para el bienestar y duración del empleado en dicha empresa.

➤ **Encuestas**

Estudio que refleja datos cuantitativos y siendo de gran ayuda para la etapa del diagnostico, estas se realizaron a jefes personal administrativo trabajadores y pacientes que visitan a diario la clínica siendo los dos primeros el grupo objetivo que para nuestro diagnostico .

➤ **Grupo interno de Clínica Londres S.A.**

Cuenta con un total 37 trabajadores entre ellos socios, personal administrativo, trabajadores, técnicos de operaciones, personal del área de mantenimiento. Siendo este un reducido número de personal al cual se le estuvo dando la encuesta respectiva, sin embargo algunos trabajadores Mostraron no tener tiempo para llenar la encuesta por la demanda de trabajo en su área.

➤ **Entrevistas**

En las entrevistas el objetivo es encontrar cuales son las prioridades refiriéndonos al tema de comunicación externa he identificar si es factible la implementación de estrategias a corto o mediano plazo en el plano comunicacional externa institucional. La entrevista fue aplicada a socios para persivir su punto de vista respecto al tema de la implementacion o renovacion de canales de comunicación .

5. Recopilación de datos

5.1. Ficha de la entrevistas

Con el objetivo de recopilar información para la realización de estrategias comunicacionales se llevo a cabo una investigación que conlleva entrevistas al socio de la Clínica Londres. S.A. y Secretaria de Gerencia Licda. Evelyn Vega, ella manifestó no tener mucho tiempo de laborar en dicha empresa, por tanto no sabía mucho del tema de comunicación externa o los canales que se habian ejecutado con anterioridad, pero nos menciona algunos aspectos que concuerdan con la entrevista dos.

La siguiente fuente, socio de la empresa el Ing. Carlos Humberto Chang Quan, quien amablemente respondió a las preguntas efectuadas el día 17 de febrero de 2014 a las 16:00 horas, durando la entrevista aproximadamente 40 minutos proporcionando información clara breve y certera. En este punto cabe mencionar que unos de los socios vive en Estados Unidos por lo tanto no coincidimos con él, en tiempo, mientras el otro socio manifestó no contar con el tiempo necesario para la entrevista pues el trabajo le absorbe la mayor parte de tiempo.

El objetivo de las entrevistas es determinar las fortalezas y debilidades en el plano comunicacional de la empresa sea esta interna o externa. Así como verificar si es factible un proyecto de comunicación para mejorar o fortalecer la situación de la empresa con la observación previa dentro y fuera de la institución y tener un panorama amplio y realista.

También para comparar lo observado por uno mismo y conocer el punto de vista de las autoridades que dirigen la empresa y no solo basarnos en nuestro propio criterio.

5.2. Resultados de las entrevistas

Los resultados han sido satisfactorios al momento de entrevistar a uno de los socios el Ing. Carlos Chang Gerente General, pues quien mejor que una fuente que sabe a ciencia cierta como se maneja la situación actual de la empresa en el plano de la comunicación Externa de la clínica Londres S.A. De manera Cortez nos grafica un plano general preciso y realista de la situación. Hace mención de varios aspectos pero remarcando en definitiva que es inexistente la comunicación: entre compañeros y jefes.

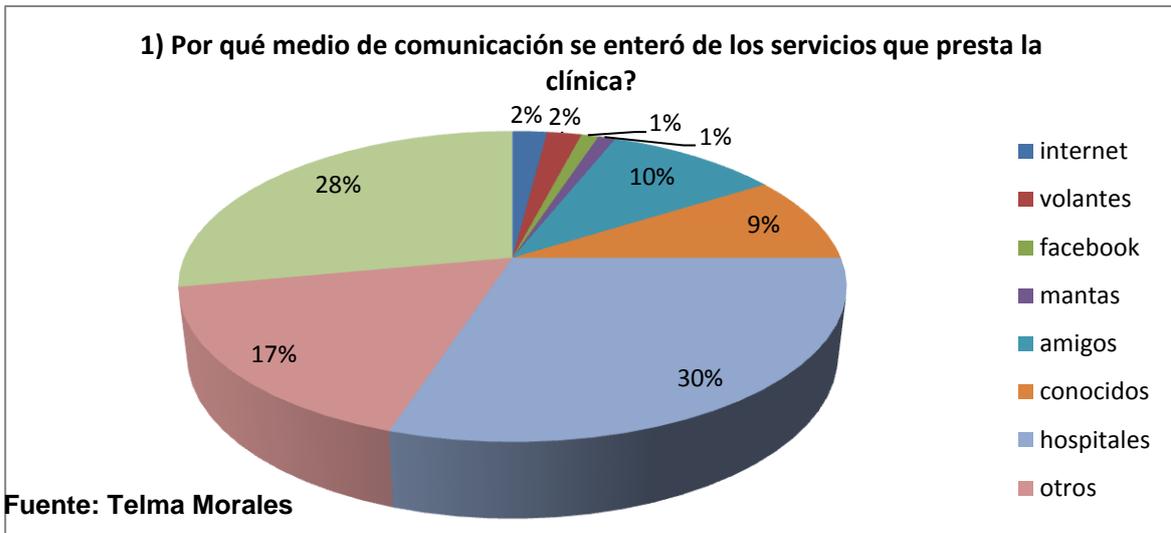
Existiendo una comunicación efectiva en los diferentes canales de comunicación que maneja la clínica, aunque no deja de existir un considerable porcentaje de personas que no tienen acceso a internet esto en referencia a la pagina web, sin embargo los avances que ha tenido la clínica han sido significativos, pues en determinado tiempo se hizo publicidad por medio de televisión medios escritos y siempre hemos tenido la ayuda de paginas amarillas, además contamos con un presupuesto anual para el manejo de la publicidad.

Mientras que la Licda. Evelyn Vega Secretaria de Gerencia, manifestó que los resultados han cumplido las expectativas, sin embargo no estaría mal que se pudieran implementar otras herramientas o canales para que se pueda dar a conocer a las personas que no saben de la existencia de la clínica y mucho menos de los beneficios que presta dicha empresa en el campo de la medicina.

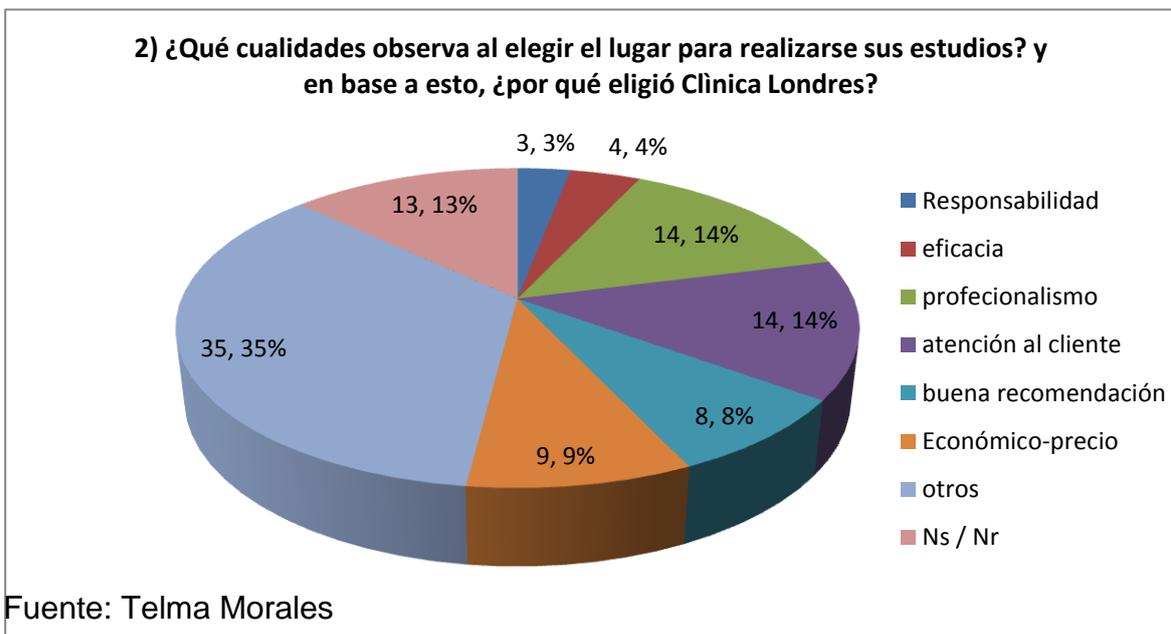
5.3. Tablas comparativas puntos de encuentro y diseños entre entrevistados.

En este punto no se puede contar con más entrevistados por los motivos antes expuestos, así que podemos concluir en que las dos personas entrevistadas el Ing. Carlos Chang Gerente General y la Licda. Evelyn Vega Secretaria de Gerencia, quienes coinciden en que existe una comunicación externa que les ha dado excelentes resultados, sin embargo no dudarían en implementar otras estrategias o canales para que pueda llegar a más personas y puedan optar a la realización de sus exámenes en lugar más digno y confiable.

5.4. Graficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas



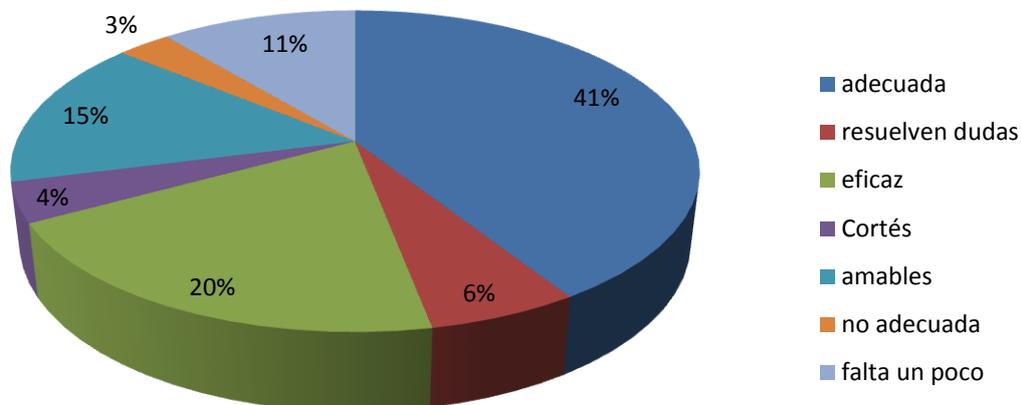
El 30% de los pacientes manifestó que conocen los servicios de la clínica por medio de los hospitales, ya que son referidos para la realización de sus exámenes. Seguidos por un 28% que corresponde a pacientes referidos por las diferentes periféricas del IGSS.



Principalmente el 35.35% encuestado respondió que son diferentes las causas por las que optan por determinado lugar. Seguido de un 14.14 % correspondiente a la eficacia del lugar. Al Igual que un 14.14% atención al cliente sobresaliendo estas ante las otras cuestionantes.

EL 41% de los pacientes recibe una atención adecuada por parte del personal al momento de visitar las instalaciones de la clínica

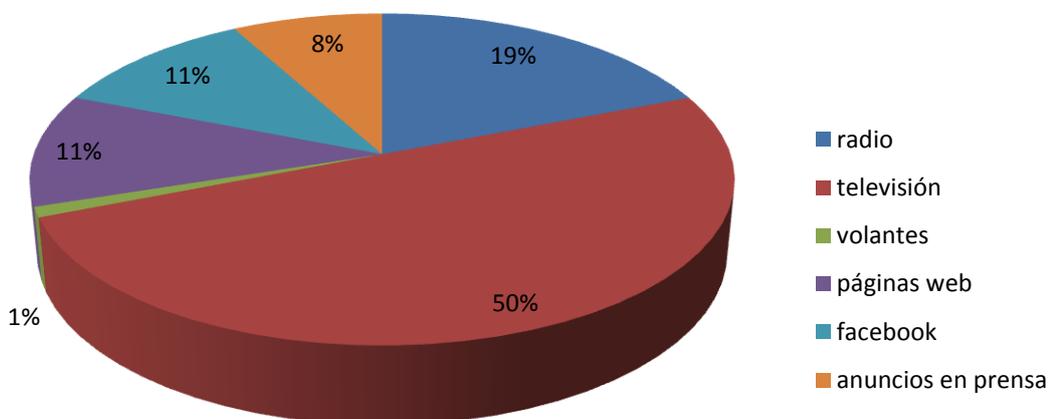
3) Cómo podría evaluar la atención recibida por arte del personal de la Clínica? Subraye la respuesta aún siendo varias.



Fuente: Telma Morales

EL 41% de los pacientes recibe una atención adecuada por parte del personal al momento de visitar las instalaciones de la clínica.

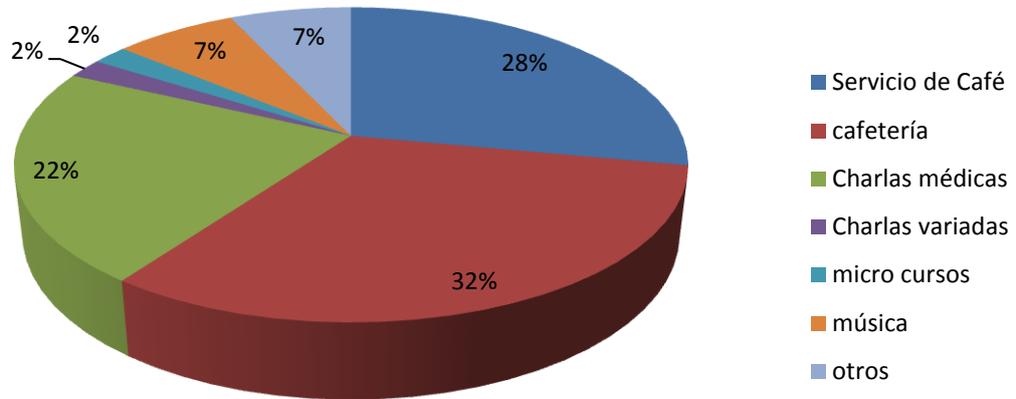
4) Por qué medio de comunicación cree ud. Que Clínica Londres se daría a conocer de manera más efectiva?



Fuente: Telma Morales

Como medio de comunicación masivo el 50 % opta por la Televisión como medio que daría a conocer de manera más eficaz los servicios y estudios que brinda Clínica Londres S.A. Ya que algunos manifiestan que dicho instrumento muestra de manera grafica y completa y enriquece el contenido a la vista de los guatemaltecos

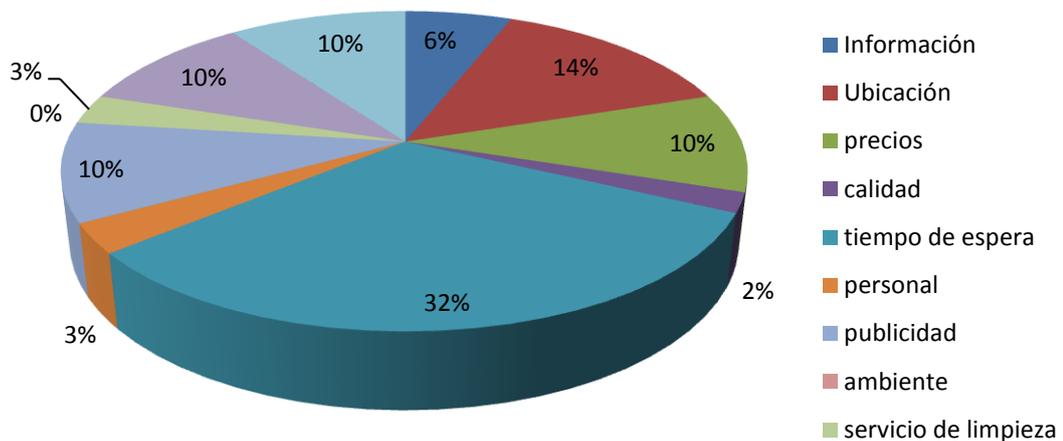
5) Sería de su agrado que mientras espera el momento para realizarse su examen o bien en la espera de su resultado la clínica de brinde una forma de entretenimiento que haga su estancia más agradable?



Fuente: Telma Morales

El 32 % de los pacientes manifiestan que una cafetería sería ideal al momento de la espera para ser atendidos para sus respectivos exámenes les sería grato disfrutar de un pequeño aperitivo, pues algunos manifestaron venir del interior del país y han viajado sin alimentos por salir a horas muy tempranas. Seguido del rubro con un 28 % que les gustaría que hubiese servicio de café.

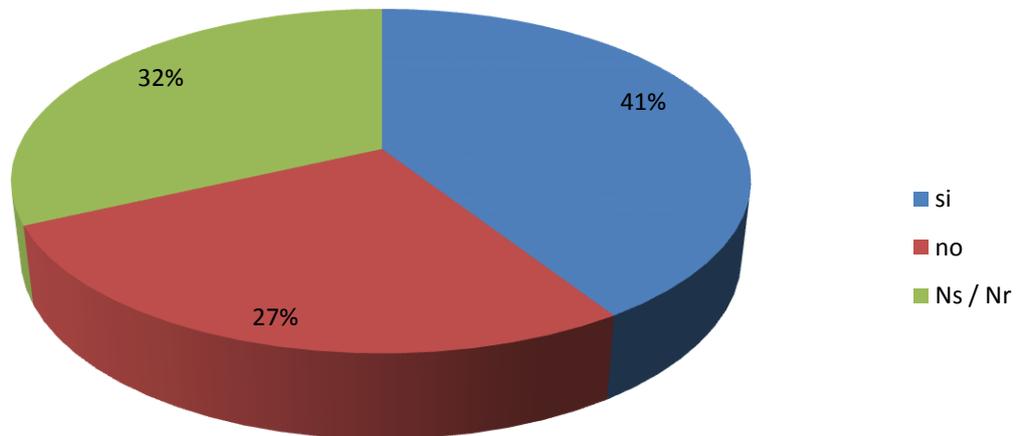
6) Considera que nos hace falta mejorar en algún aspecto para prestarle un mejor Servicio? Subraye su respuesta.



Fuente: Telma Morales

Un 32% predomina en esta cuestionante correspondiente al Tiempo de espera que muchas veces sobrepasa sus expectativas y que corresponde antes de realizarse sus estudios. Indicaron algunos que fuera posible encontrar una solución a esta situación ya que muchos vienen desde muy lejos y son de bajos recursos económicos y solo cuentan con dinero para pagar su examen y no para alimentos si fuese necesario esperar aun más.

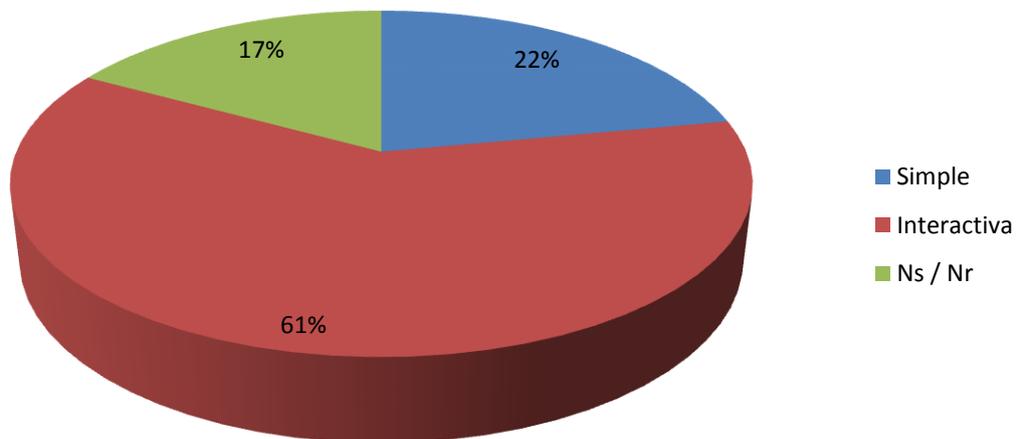
7) Le gustaría participar de una sala de espera virtual?



Fuente: Telma Morales.

El 41 % manifestó que si por el hecho de llevar un orden y estar a la vanguardia de la tecnología. Contar una sala virtual contribuirá a un mejor estatus de la Clínica y facilitar muchos aspectos actuales

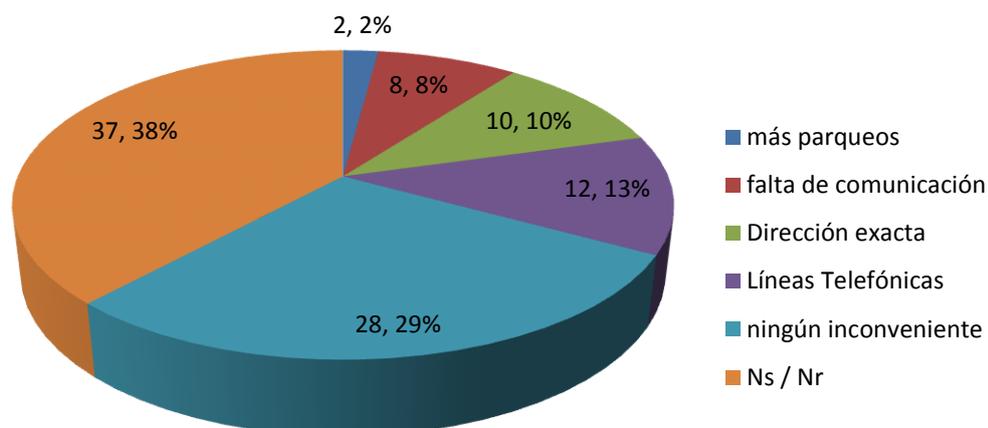
8) Cómo le gustaría que fuera la página Web de la Clínica?



Fuente: Telma Morales.

Al 61% de los pacientes les emocionó saber que clínica Londres S.A cuenta con una pagina web , pues en su mayoría no tenia conocimiento de su existencia, a esto se sumó que les gustaría que fuera una pagina interactiva y que les resolviera las dudas desde de su casa y evitarse en algunos casos las complicaciones que atraviesan para poder acercarse a las instalaciones de la clínica . Algunos pidieron que tenga más información sobre los exámenes y preparaciones que tienen que tener al momento de realizarse los mismos.

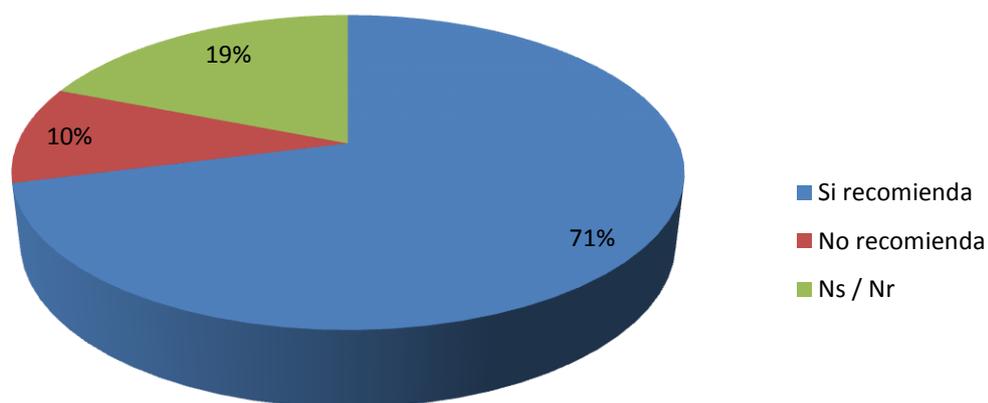
9) Indique si tuvo algún inconveniente para comunicarse o localizar la Ubicación de la Clínica? Y cuál sería una posible solución a este suceso?



Fuente: Telma Morales.

El Parqueo es uno de los inconvenientes que resaltaron los pacientes encuestados y que les representa un obstáculo en muchas ocasiones ya que tienen que dirigirse a otros parqueos ajenos al propio de la clínica y enfrentarse a delincuencia en los alrededores de las instalaciones. Seguido de un 12.13 % inconveniente con las líneas telefónicas que no se dan abasto para recibir las llamadas de pacientes que necesitan cita para su examen o preguntar lo que le sea necesario.

10) Recomendaría los servicios de la Clínica a otras personas?



Fuente: Telma Morales.

Al 61% de los pacientes les emociona saber que clínica Londres S.A cuenta con una pagina web , pues en su mayoría no tenía conocimiento de su existencia, a esto se sumo que les gustaría que fuera una pagina interactiva y que les resolviera las dudas desde de su casa y evitarse en algunos casos las complicaciones que atraviesan para poder acercarse a las instalaciones de la clínica . Algunos pidieron que tenga más información sobre los exámenes y preparaciones que tienen que tener al momento de realizarse los mismos.

Radiografía de la institución

5.5. Descripción de la comunicación interna

La comunicación interna sirve para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

El tipo de Estructura Jerárquica en la cual se desarrolla la comunicación entre jefes y empleados es totalmente inexistente ya que solo existe un jefe y solo el toma decisiones, contrata personal, despide, y la comunicación entre compañeros es disfrazada ya que en muchos casos no se habla con la verdad y nunca abordan temas que sean de beneficio para el conglomerado, mostrando desconfianza y falta de apoyo en la realización de actividades que beneficien al trabajador. No existe un departamento de comunicación por lo tanto no existe ningún plan de capacitación constante ni alguna actividad motivacional que compense el trabajo del empleado.

5.5.1. De la Infraestructura

Clínica Londres cuenta con los más modernos equipos y tecnología de punta, no se ha escatimado esfuerzos económicos para que los laborantes de la empresa cuenten con los recursos necesarios para la realización correcta de sus actividades diarias, todo lo que el personal necesita lo tiene y si algo le hace falta de inmediato se provee.

Cuenta con televisores plamas en salas de espera de la clínica para entretención de los pacientes mientras esperan su turno o resultado, las instalaciones son amplias y limpias, el servicio de internet no es de acceso libre pues solo tienen autorización para utilizarlo jefes secretaria de gerencia y personal de recepción. Cuenta con entrada al parqueo por el lado de la 8ª calle, para ambulancias de los diferentes hospitales y pacientes particulares. Actualmente ocupa 5 inmuebles y al momento no están planificando hacer más inversiones en inmuebles ni en equipos.

5.5.2. Canales de comunicación interna

Un medio o canal es todo aquel conducto por el que podamos enviar un mensaje pues toda comunicación, desde la mas simple, precisa para ser objetiva de un conducto o de un instrumento de manifestaciones, que explica o implícitamente sea portador del mensaje y haga posible que ocurra su desplazamiento del emisor al receptor

Los canales hasta la fecha que maneja la clínica para comunicarse internamente son: extensiones telefónicas para comunicarse con otras áreas, verbales llamadas de atención, publicidad en tv circuito cerrado, radio comunicadores solo para algunos trabajadores, estos elementos no contribuyen a que los trabajadores estén informados integrados y sobre todo motivados para contribuir al logro de los objetivos organizacionales.

5.5.3. Rumores

Existen personas que cumplen la función poco ortodoxa, son compañeros y también delatores, suprime, corrige, aumenta, deforma la información consciente o inconscientemente, creando un ambiente de inseguridad dentro de la empresa existiendo el temor de perder el puesto laboral.

5.6. Descripción de comunicación externa

La comunicación exterior representa un papel estratégico de vital importancia para cada empresa, clínica Londres S.A. no escapa a dicha herramienta mostrando en este caso que los resultados obtenidos han sido satisfactorios, porque ha creado, mantenido y mejorado la relación con su publico objetivo del negocio , promoviendo los servicios de la clínica.

Según lo manifestaban autoridades de la clínica desde el inicio se ha utilizado el servicio de Publicar como medio muy eficiente para dar a conocer los servicios que se prestan a la sociedad. Siendo importante señalar que se han utilizado periódicos en casos especiales, por ejemplo cuando se instala un equipo nuevo, cuando se ofrecen nuevos servicios y permanentemente la utilización de la página web para la información inmediata etc.

Pero desde su experiencia y percepción ya que el servicio de la clínica es referido `por los médicos, la radio o televisión se hace menos efectiva ya que los pacientes cumplen a cabalidad las órdenes de sus médicos tratantes.

Clínica Londres S.A. se encuentra posicionada dentro de los tres primeros centros radiológicos del país, gracias q que cuenta con equipos de reciente fabricación y médicos con muy buen diagnostico .Manteniendo una buena relación paciente, publico en general, proveedores con la clínica.

Sin lugar a duda mencionan que esto no es suficiente pues gran cantidad de personas desconoce la existencia de la clínica, y les seria de gran utilidad **Implementar otros canales de comunicación para expandir los servicios a muchas más personas.**

5.6.1. Campañas Realizadas

Clínicas Londres como institución hace promoción por medios alternos, cuenta con contratación anual de Publicar incluyen paginas amarillas, paginas blancas y pagina web en donde se presenta la información de servicios y ubicación de la clínica y a la fecha han sido satisfactorios los servicios y muy visitados por los pacientes que necesitan ser atendidos. Cuenta también con innovaciones publicitarias para darse a conocer. En años anteriores se realizo publicidad utilizando medios como: la radio, prensa.

5.6.2. Presupuesto de Comunicación para el presente año.

Como institución que presta servicios de salud ve la necesidad de darse a conocer a mas pacientes que necesiten realizarse sus exámenes, es por eso invierte en publicidad alterna, tarea que es incluida en el presupuesto general, obedeciendo esto a que no existe una persona designada a la labor comunicacional dentro de dicha institución, hasta el momento su presupuesto asciende a la cantidad de Q.50, 000 Quetzales anuales.

CAPITULO II

- *Antecedentes*
- *Infografía Externa*
- *Objetivos*
- *Publico Objetivo*
- *Mensaje*
- *Estrategía*
- *Los planes de
Comunicación*
- *Acciones.*

6. ANTECEDENTES

Clínica Londres S.A. es una empresa privada de servicios de salud especializada en estudios Radiológicos y diagnóstico por imágenes. Posicionada en el tercer lugar del mercado en su categoría.

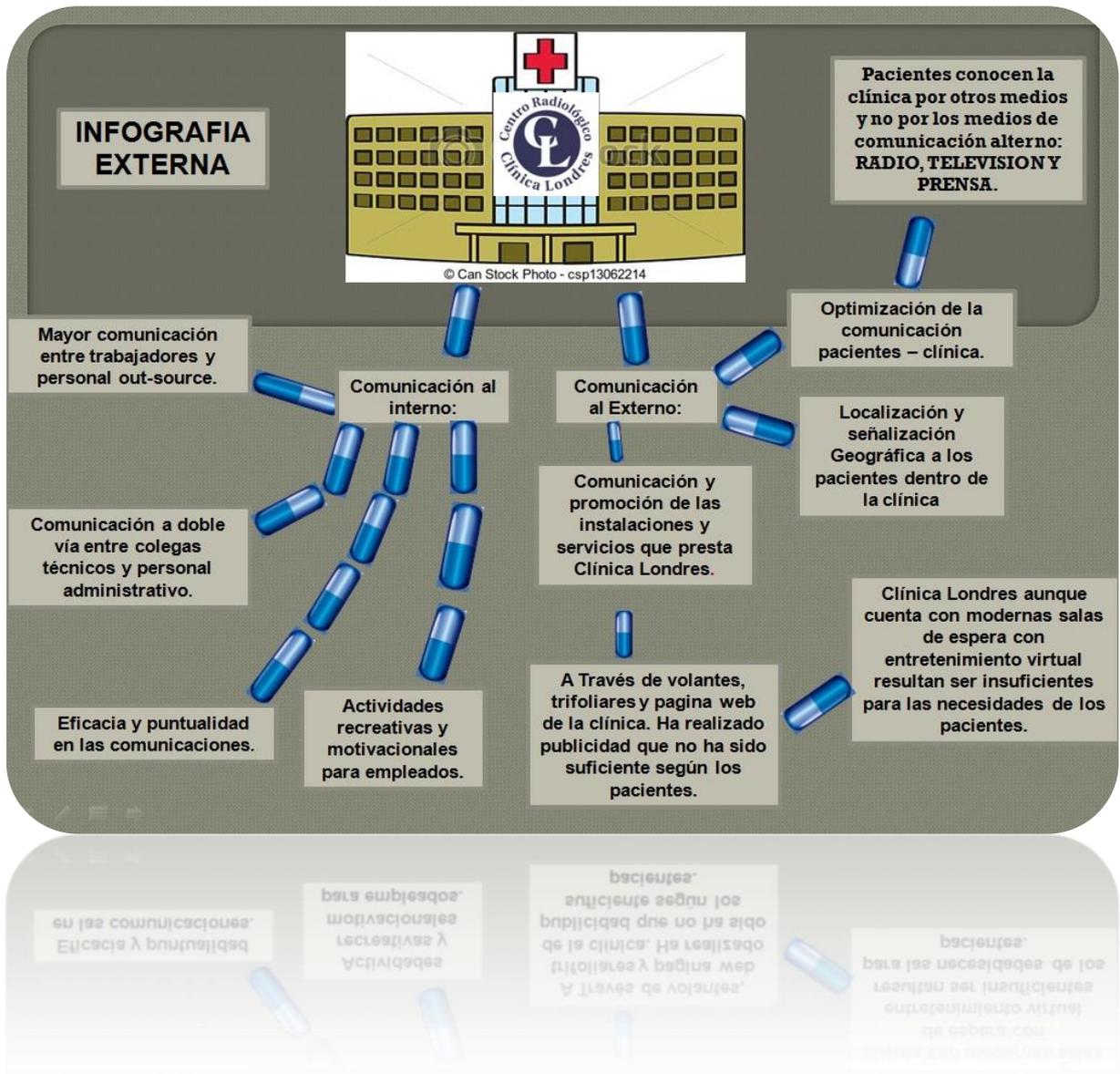
Como Empresa Privada ha hecho promoción por medios alternos, desde sus inicios cuenta con la contratación anual de Publicar, incluyen paginas Amarillas, Paginas Blancas y Pagina Web en donde se presenta la información de servicios y ubicación de Clínica y a la fecha han sido satisfactorios los servicios y muy visitados por los pacientes que necesitan ser atendidos. Ha contado también con innovaciones publicitarias para darse a conocer. En años anteriores se realizo publicidad utilizando medios como: radio y prensa.

Con casi 14 años en el mercado de la radiología ha logrado colocarse entre las instituciones con más demanda a nivel nacional prestando servicio a pacientes de todas las edades, sin embargo no ha sido suficiente el esfuerzo ya que necesita estar a la cabeza del mercado y ser el líder en su categoría.

Como puntos de referencia uno de los medios de comunicación utilizados por la Clínica es la pagina web que no cuenta con actualización de información y que muchos pacientes desconocen de su existencia, así como dar a conocer la clínica por medio de comunicación masiva en este caso la televisión pues las mayoría de personas que conocen los servicios de la clínica ha sido por otros medios y no ha sido suficiente la publicidad según lo manifestaron.

7. ESTUDIO DE MERCADO

7.1 INFOGRAFIA



8. OBJETIVOS

8.1 DE NEGOCIO

Clínica Londres S.A. es una empresa fundada con el ánimo de servir y no lucrar, pues realiza estudios en forma sociales, es decir, de forma humanitaria, realiza inversiones a futuro, recibe pacientes de todas las edades que necesitan realizarse sus exámenes no importando si tienen convenios en cuestión de precios con la clínica. Su anhelo es brindar un servicio óptimo que brinde satisfacción al paciente.

8.2 DE MARKETING

A nivel de mercado Clínica Londres S.A. desea posicionarse en el liderazgo de su categoría como clínica de especialización radiológica y diagnóstico por imágenes.

Dar un servicio humano de calidad y exámenes con óptimos resultados. Ya que el director médico de la Empresa es Catedrático de pos-grado en Radiología, especializado en el extranjero y su capacidad ha sido puesta a prueba en su ramo de diagnóstico.

Ampliar la cobertura en el ramo de instituciones privadas y públicas brindando precios accesibles para la población en general.

8.3 DE COMUNICACIÓN

Dentro de los objetivos de comunicación mencionamos los siguientes:

Dar a conocer a Clínica Londres S.A. como empresa importante en su ramo haciendo uso de los recursos televisivos, radiales y todo medio escrito para establecer la diferencia con su competencia dando a conocer la variedad de estudios y capacidad operativa, calidad de equipos y personal humano con el que cuenta y de esa manera lograr ser la número uno en estudios de Radiología por Imagen a nivel capital.

9. PÚBLICO OBJETIVO

En nuestro estudio ya se ha confirmado que el público objetivo de la clínica son pacientes de todas las edades sin distinción de grupos, etnia o raza, condición económica o estrato social, además las trabajadoras sociales que son personas indicadas en seleccionar los centros de diagnóstico adecuados al paciente, pues todos necesitan realizarse los estudios ordenados por sus médicos tratantes.

10. MENSAJE

Clínica Londres S.A. pretende implementar ideas novedosas como charlas informativas, invitaciones y visitas con el propósito de reforzar la imagen de la empresa dando a conocer de manera más efectiva y real los servicios que se ofrecen, dar a los conocer los equipos, presentar al personal que realiza los estudios y que conozcan que son profesionales, en el tema de exámenes radiológicos, ubicándola en el mejor posicionamiento de su categoría.

11. ESTRATEGIA

Implementar ideas novedosas con el propósito de reforzar la imagen de la empresa dando a conocer de manera más efectiva los servicios que proporcionan en dicha institución en el tema de exámenes radiológicos y diagnóstico por imágenes, así como consultas médicas, al mismo tiempo colocándola en el mercado como líder en su categoría.

12. LOS PLANES DE COMUNICACIÓN

Son varias las posibles acciones que se pondrán en práctica para cumplir con los objetivos expuestos al inicio de este proyecto en referencia a comunicación externa.

12.1 COMUNICACIÓN CORPORATIVA

12.1.1 ESTRATEGIA

Remarcar la existencia de Clínica Londres S.A. ante pacientes y la competencia haciendo notoria su posición en el mercado. Contribuyendo al refuerzo de las estrategias establecidas en la clínica para cumplir con sus objetivos.

12.1.2 ACCIONES

Elaboración de la Misión y Visión de la empresa para dar a conocer los propósitos por los que fue creada dicha institución.

Contribuir a la actualización de la información en la página web de la clínica, haciéndola una herramienta más efectiva para la interacción con los pacientes o público en general que anda en busca de algún examen específico. Utilizar las diferentes vías por medio de volantes, trifoliales, señalización dentro de las instalaciones, para crear un medio de comunicación más activo y completo en cuanto a ayudar a ambas partes.

12.1.3 COMUNICACIÓN EXTERNA

Se contribuirá en el reforzamiento de los medios de comunicación existentes para obtener los resultados que se persiguen y dar notoriedad como punto clave a la institución

12.1.4 ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

Se realizara diferentes herramientas de publicidad alternativas para mayor comprensión de la información de la clínica a todo público. (Volantes, trifoliales, señalización dentro de la clínica, banners, y la creación de la Misión y Visión de la clínica entre otros).

12.1.5 ESTRATEGIA DE MARKETING

Mantener y mejorar las relaciones entre la clínica y los pacientes para el bienestar de ambas partes.

Mostrar los beneficios que brinda la clínica en cuanto a servicios precios y calidad.

12.1.6 ACCIONES

Propuesta No.1

Se realizara un volante que contenga información completa de todos los exámenes que se realizan en la clínica incluyendo horarios de atención, ubicación, así como las diferentes especialidades, dirección de pag web entre otros para ampliar aun mas la cobertura y pueda llegar a otros destinos, que refleje actualidad profesionalismo y eficacia en todo los servicios y estudios utilizando tecnología de punta.



**UN NUEVO CONCEPTO
EN RADIOLOGÍA**

Con modernos equipos y tecnología de punta, Centro Radiológico Clínica Londres, S.A. le ofrece:

Estudios de Rayos X, Mastografía Digital, Ultrasonidos 3D, 4D, Dopler Color, Fluoroscopio, Densitometría Osea, Resonancia Magnética de Alto Campo, Radiología Intervencionista, Estudios Cardiológicos, Laboratorios de Análisis Clínicos, Fluoroscopia Computarizada.

info@clinicalondresguatemala.com

www.clinicalondresguatemala.com

7a. Calle 3-24 Zona 1, Ciudad De Guatemala, a media cuadra de la Hemeroteca Nacional y a media cuadra de Librería Fátima
Tel.:(502)2251-2429 y (502)2494-2929

Horario: Lunes a viernes de 7:00 a 18:00 horas
Sábado de 7:00 a 12:00 horas

Propuesta No. 2

En este proyecto se presenta la posible elaboración de un tríptico que reúna las características más importantes a mostrar de los múltiples servicios, una imagen moderna con información más completa, incluyendo los exámenes nuevos que se están realizando en la actualidad, la clínica en ocasiones anteriores ya había implementado dicha herramienta en su publicidad, llevara incluida la misión y visión de la clínica para proporcionar confiabilidad a los pacientes, demostrando ser una entidad confiable, responsable y humana.

Al personal de los hospitales del interior del país que tienen que viajar varias horas para llegar a nuestras instalaciones les damos un trato preferencial que estamos seguros que pocas empresas de este tipo les ofrecen, atreviéndonos a afirmar que somos los únicos que reconocemos ese sacrificio de esos abnegados pilotos y enfermeras.

En conclusión, somos una Empresa joven que esta haciendo de la radiología un nuevo concepto, estamos cambiando los paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a los pacientes, a las instituciones y médicos que han confiado en nuestro servicio, únase al cambio, permítanos atenderle como usted se merece.

Al personal de los hospitales del interior del país que tienen que viajar varias horas para llegar a nuestras instalaciones les damos un trato preferencial que estamos seguros que pocas empresas de este tipo les ofrecen.



Horario: Lunes a viernes de 7:00 a 18:00 horas
Sábado de 7:00 a 13:00 horas

7a. Calle 9-24 Zona 1, Ciudad De Guatemala,
a media cuadra de la Hemeroteca Nacional
y a media cuadra de Librería Fátima.

(502)2251-2429 y (502)2494-2929








*Contamos con amplio parqueo



Info@clinalondresguatemala.com
www.clinalondresguatemala.com

**UN NUEVO CONCEPTO
EN RADIOLOGÍA**

Clínica Londres le ofrece a usted la más alta calidad técnica y humana en el servicio de excelencia, que comprende desde la obtención de estudios minimizando riesgos y molestias hasta la entrega puntual de resultados, manteniendo siempre una estrecha comunicación con los médicos especialistas que solicitan los estudios.

Con modernos equipos y tecnología de punta, Centro Radiológico Clínica Londres, S.A. le ofrece Estudios de Rayos X, Mastografía Digital, Ultrasonidos 3D, 4D, Doppler Color, Fluoroscopia, Densitometría Ósea, Resonancia Magnética de alto campo, Radiología Intervencionista, Estudios Cardiológicos, Laboratorios de Análisis Clínicos, Fluoroscopia Computarizada.

Somos guatemaltecos que creemos en Guatemala, que le hemos apostado al área de la salud ciudadana, por eso hemos unificado criterios y esfuerzos para llevar a la mayoría de la población servicios que en determinado momento fueron exclusividad de alguna élite, hoy por hoy, en nuestra Empresa todos los Guatemaltecos que acuden a nuestras instalaciones salen satisfechos del trato personalizado del que han




En conclusión, somos una Empresa joven que esta haciendo de la radiología un nuevo concepto, estamos cambiando los paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a los pacientes, a las instituciones y médicos que han confiado en nuestro servicio, únase al cambio, permítanos atenderle como usted se merece.

Le atendemos con ambiente agradable, atención esmerada y tecnología de punta, siempre.



En conclusión, somos una Empresa joven que esta haciendo de la radiología un nuevo concepto, estamos cambiando los paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a los pacientes, a las instituciones y médicos que han confiado en nuestro servicio, únase al cambio, permítanos atenderle como usted se merece.

Le atendemos con ambiente agradable, atención esmerada y tecnología de punta, siempre.

Propuesta No.3

Se plantea la implementación de herramientas que contribuyan a la señalización para facilitar el movimiento dentro de las instalaciones de manera más rápida y eficaz utilizando Banners que indiquen y resalten las aéreas más importantes para los pacientes que llegan a la realización de sus estudios por primera vez según encuestas, para que no encuentren ningún inconveniente y se les facilite la estadía en las instalaciones, al mismo tiempo sean recibidos con un cordial saludo de Bienvenida.



Propuesta No.4

Desde inicios se hizo la propuesta para la elaboración de la misión y visión de la empresa indicándoles que contribuirá a la imagen corporativa de la institución. Siendo de suma importancia en la estrategia de la empresa para mostrar los objetivos deseados en una realidad posible a corto mediano o largo plazo. Canal de comunicación que ante los ojos de los pacientes es la expresión que les brinda confiabilidad al momento de requerir la realización de sus respectivos estudios.



Propuesta No.5

Siempre en la línea de la señalización dentro de las instalaciones de la clínica se planteo la creación de rótulos (acrílicos) que indiquen ciertos aspectos para mejorar el aspecto del inmueble así como la estadía de los pacientes y acompañantes para mayor comodidad y seguridad mientras permanezcan en la misma.



12.1.7 RRPP Y GESTION DE MEDIOS

ESTRATEGIA

La estrategia es de carácter positivo ya que pretende promover la imagen de la clínica a todo público y medios de comunicación a su alcance.

12.1.8 RSC

En este aspecto Clínica Londres S.A. mantiene convenios con hospitales nacionales proporcionándoles a los pacientes de escasos recursos precios hospitalarios.

Herramientas de Análisis de la Efectividad

- ❖ Comprobación del impacto a nivel social por medio del porcentaje de pacientes atendidos en dicha clínica cada día.

13. CALENDARIO

| 2014 | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|---|
| | Semanas | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Actividades | | | | | | | | | | | | | |
| Elaboración e Impresión de diseño de volantes | X | | | | | | | | | | | | |
| Compra de volantes y contratación de volanteador | | X | X | | | | | | | | | | |
| Actividad de volanteo | | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | X |
| Elaboración y redacción de Misión y Visión de la Clínica. | | | | | X | x | | | | | | | |
| Presentación de la Misión y Visión a las autoridades de Clínica Londres S.A. | | | | | | | x | | | | | | |
| Seguimiento de las actividades. | x | X | X | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| Evaluación de resultados | | | | | | | | | | | | | x |

14. PRESUPUESTO

Llevar a cabo las acciones planteadas requiere un costo monetario, para la implementación de una campaña de publicidad utilizando el recurso de los volantes, banners, acrílicos, trifoliales, creación de la Misión y La Visión se consultara a varias empresas para optar a la mejor opción en cuanto a ofertas de diseño e impresión del material antes presentado en este informe. Se contara con la colaboración monetaria de las autoridades de la clínica en este caso con la colaboración del Ing. Carlos Humberto Chang Quan. uno de los socios de la Clínica quien ha demostrado el mayor interés por realizar mejoras que contribuirán a un mejor estatus de imagen y servicio.

| CANTIDAD | DESCRIPCION | PRECIO |
|----------|---------------------------------------------------|------------|
| 2 | Banners con Araña de 0.80 x 1.80 m Incluye diseño | Q 675.00 |
| 10 | Acrilicos de 50 x 25 cms. | Q 1,280.00 |
| 2000 | Trifoliales full color tiro y retiro en couche | Q 2,150.00 |
| 3000 | Igual | Q 2,625.00 |
| 5000 | Igual | Q 3,425.00 |
| 1 | Diseño de trifoliar | Q 250.00 |
| | Total | |

15. CONTROL Y SEGUIMIENTO

Es de suma importancia llevar el control y seguimiento de las acciones que se llevaran a cabo y verificar el grado de impacto en el transcurso del tiempo establecido para ejecutar las estrategias y que cumplan su propósito. Para esto se contará con la supervisión de las autoridades de la clínica en particular del Ing. Carlos Humberto Chang Quan, aun habiendo terminado la etapa del EPS.

Dicho control se llevará por medio de un informe final que indique detalladamente fechas y hora exacta en la que se realizaron las colocaciones de material expuesto en las estrategias dentro de las instalaciones de la clínica acompañado de imágenes fotográficas como material de apoyo para reforzar la actividad.

CAPITULO III

- *Ejecución de Estrategias Aprobadas para el fortalecimiento de la imagen Institucional de Clinica Londres S.A.*

16. Ejecución de Estrategias para fortalecer la imagen de Clínica Londres S.A

Clínica Londres S.A. cuenta con estrategias publicitarias para dar a conocer los estudios Radiológicos que realizan, incluyendo precios y características especiales.

Sin embargo a través del Diagnostico efectuado y basándonos en información proporcionada, en años pasados ya se han utilizado varios productos. Por tanto se plantea la innovación o actualización de imagen y contenido en el presente trabajo respecto a los mismos. Contribuyendo a obtener óptimos resultados para satisfacer la demanda. Para ello se presentaron varias propuestas de estrategias con productos publicitarios con el objetivo de crecimiento en las expectativas de la clínica. Dicha estrategia se baso en una encuesta realizada para conocer posibles debilidades y fortalecer su dirección estratégica.

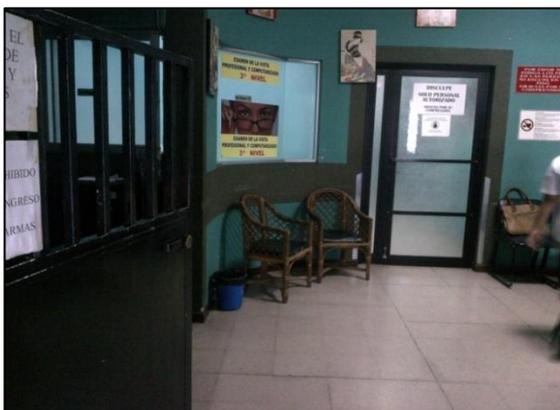
Estrategia Numero 1

Para ser emprendedor y obtener los objetivos establecidos a las autoridades de Clínica Londres S.A se les manifestó la realización de material publicitario en este caso Banners en los que se indica la señalización de las áreas principales al ingreso de las instalaciones para mejor ubicación , identificación con el logo y una bienvenida cordial al paciente . Aceptada la propuesta se mandaron a realizar:

✓ 2 Banners con araña de 0.80 x 1.80.

Costo Q. 675.00

Dicho producto fue colocado en las entradas respectivas una en la 7 calle 3-24 y la otra en 8 calle 3-37 zona 1. El Día 20 de junio de 2014.



Fotografía No. 1
Entrada 7 calle 3-24 (antes)
Fuente: Telma Morales 20/06/2014



Fotografía No. 2
Colocado el producto (después)
Fuente: Telma Morales 20/06/2014



Fotografía No. 3
Epesista.
Fuente: Telma Morales 20/06/2014



Fotografía No.4
Pacientes de Clínica Londres
Fuente: Telma Morales 20/06/2014



Fotografía No. 5
Entrada 8 calle 3-37 zona 1. (Antes)
Fuente: Telma Morales 20/06/2014



Fotografía No.6
Epesista. (Después)
Fuente: Telma Morales 20/06/2014

Estrategia Número 2

Dentro de las instalaciones la señalización en clínica Londres S.A indica claramente la ubicación, esto como requisito por el Ministerio de Trabajo. Sin embargo en el diagnóstico realizado se observó la falta de algunos elementos que complementen dicha misión, por lo tanto fue aprobada la propuesta de colocar rótulos en las diferentes áreas de las instalaciones para una mejor orientación del paciente. Se colocaron:

✓ 10 Acrílicos de 50x 25 cms.

Valor. Q 1,280.00

Los acrílicos fueron colocados certeramente en diferentes puntos dentro de la clínica, facilitando la ubicación al paciente y contribuyendo con el estado físico de las instalaciones y brindar un mejor ambiente en la estadía de los pacientes mientras esperan realizarse sus estudios o bien los resultados.

Estos fueron elaborados corregidos y colocados en las semanas comprendidas entre 22 de junio al 25 de julio de 2014. Quedando pendientes rótulos que colocar en fechas posteriores para completar el trabajo.



Fotografía No. 8
Área de entrega de resultados (antes)
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 9
Acrílico Colocado (después)
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 10.
Colocación de acrílico
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No.11
Sala de espera (antes)
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 12
Colocando Acrílico
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No.13
Parqueo (Antes) .
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 14
Parqueo colocando acrílico.
Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 15
 Parqueo colocado acrílico de precaución
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 16
 Acrílico Colocado.
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 17
 Acrílico colocado.
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 18
 Colocando acrílico en pasillo 8 calle.
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 19
 Supervisión de epesista.
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 20
 Acrílico colocado
 Fuente: Telma Morales 22/06/2014



Fotografía No. 21
Rampa.
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



Fotografía No. 22
Colocando Acrílico
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



Fotografía No. 23
Acrílico Colocado.
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



Fotografía No. 24
Pasillo Resonancia Magnética. (Antes)
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



Fotografía No. 25
Supervisión Epesista.
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



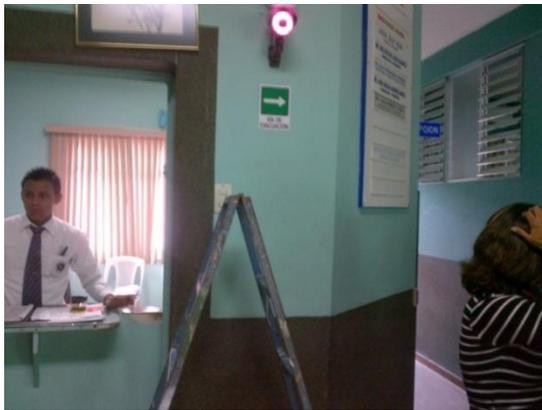
Fotografía No. 26
Acrílico Colocado
Fuente: Telma Morales 23/06/2014



Fotografía No. 27
Sala de espera 7 calle. (Antes)
Fuente: Telma Morales 24/06/2014



Fotografía No. 28
Acrílico Colocado.
Fuente: Telma Morales 24/06/2014



Fotografía No. 29
Recepción 7 calle. (Antes)
Fuente: Telma Morales 24/06/2014



Fotografía No. 30
Acrílico Colocado
Fuente: Telma Morales 24/06/2014



Fotografía No.31
Pasillo estudio de Densitometria
Fuente: Telma Morales 24/06/2014



Fotografía No. 32
Acrílico Colocado
Fuente: Telma Morales 24/06/2014

Estrategia Número 3

de la clínica se llevo dicha tarea Toda empresa que desee tener éxito debe someterse a un plan de dirección estratégica, debe seleccionar perfectamente sus valores dentro de la cadena de valor de la entidad la cual le hará destacar frente a la competencia. Pues demostrara quienes somos y en que creemos.

Clínica Londres no contaba con dicho elemento, así surge la idea de crear la Misión y Visión de la clínica. Propuestas que han sido bien vistas, y por tanto aprobadas, con la colaboración del **Ing. Carlos Humberto Chang Quan** socio entre elaboración supervisión y correcciones se dio un trabajo final que lleno sus expectativas tanto personales como empresariales. Se decide colocar en material acrílico:

- ✓ 4 Acrílicos de 45x 60 cms. Doble Oficio para misión y visión.
Con tornillos de Aluminio. Dos juegos.

Valor Q. 1,320.00

Productos (Acrílicos) que fueron colocados un juego respectivamente en la recepción ubicado en la 8 calle 3-37 y el otro en la recepción de la 7 calle 3-27 zona 1. Dando un perfil más confiable y profesional pues mostrara lo que son y lo que pretenden llegar a ser como empresa.



Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No.33
Recepción 8 Calle zona 1. (Antes)
Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No. 34
Colocando acrílico de Visión.
Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No.35
Acrílico Colocado
Fuente: Telma Morales 21/07/2014



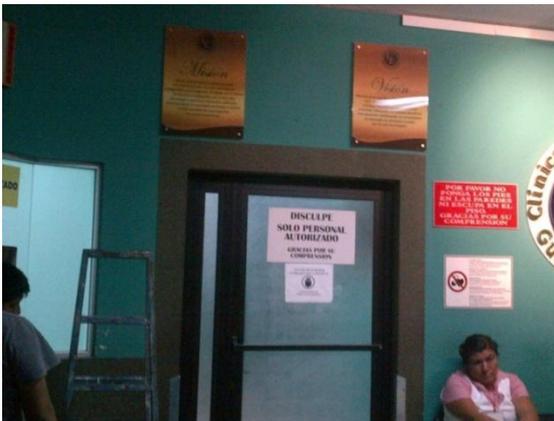
Fotografía No. 36
Colocando acrílico de Misión.
Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No. 37
 Acrílicos colocados Misión y Visión
 Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No. 38
 Colocando acrílico Misión recepción 7
 calle.
 Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No.39
 Acrílicos colocados Misión y Visión. (2do juego).
 Fuente: Telma Morales 21/07/2014

Estrategia Número 4

Como parte estratégica y presentando un producto actualizado y de óptima calidad se propuso en base a datos obtenidos la realización de un medio que represente gráficamente que es clínica Londres, teniendo en cuenta que en años anteriores ya se había trabajado con esta herramienta. Sin embargo se propuso la realización de un trífoliar elaborado en material de alta calidad con información completa y actualizada para dar a conocer a todos los pacientes y visitantes los diferentes servicios. Propuesta Aceptada y puesta en marcha.

- ✓ 5,000 Trífoliares Full Color y retiro en couche. Valor Q 3,425.00

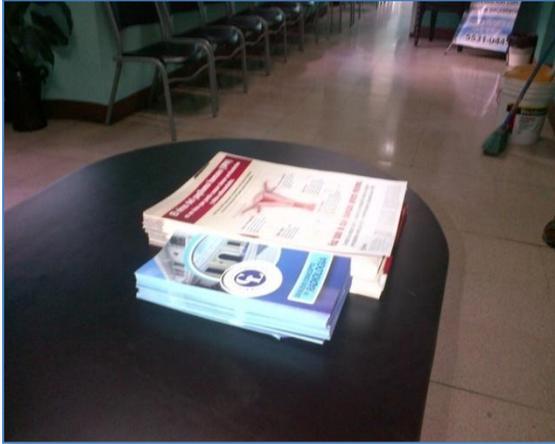
Material que ha sido distribuido en todos los servicios de la clínica, mostrando agrado y aceptación por los pacientes y personas que visitan las instalaciones a partir del día 28 de julio de 2014.



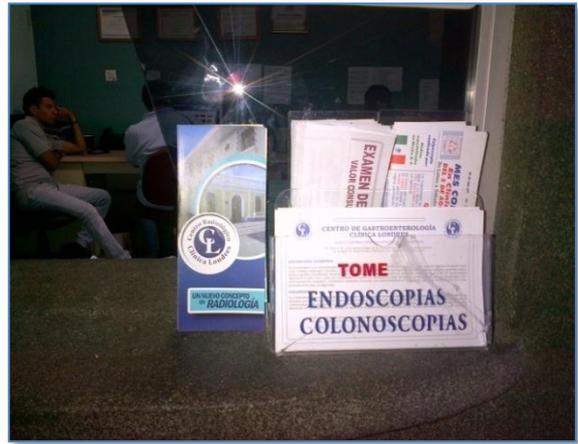
Fotografía No. 40
5,000 ejemplares impresos (trífoliares)
Fuente: Telma Morales 28/07/2014



Fotografía No. 41
Recepcion de trífoliares por Epesista.
Fuente: Telma Morales 28/07/2014



Fotografía No. 42
2do nivel de clinica Londres S.A
(Ginecología)
Fuente: Telma Morales 28/07/2014



Fotografía No. 43
Recepción de 7 calle 3-24 zona 1.
Fuente: Telma Morales 28/07/2014

Estrategia No.5

Una de las Herramientas mas utilizada han sido los volantes los cuales funcionan de manera efectiva su costo en algunas ocasiones es bajo en realcion con otros medios de comunicacion . Ejemplares con informacion actual y veraz en cuanto a los servicios que ofrece clinica londres. Propuesta aprobada y puesta en marcha con el apoyo de las autoridades.

- ✓ 2,000 Volantes media carta en papel bond. Q 300.00
Color Azul

Este material publicitario fue distribuido en diferentes puntos clave entre ellos a pacientes del hospital Nacional San Juan De Dios en la zona 1 y colonias de la zona 18, colonia Maya, colonia el Limon. Se deja con la expectativa de un tiraje mayor en fechas posteriores.



Fotografia No. 44
Sr.Carlos Juárez (Volanteador)
Fuente: Telma Morales 30/07/2014



Fotografia No.45
Repartiendo Volantes en hospital general
Fuente: Telma Morales 30/07/2014



Fotografía No.46
Volanteando.
Fuente: Telma Morales 21/07/2014



Fotografía No. 47
Supervisado por Epesista.
Fuente: Telma Morales 21/07/2014

Capítulo IV

- *Conclusiones*
- *Recomendaciones*
- *Anexos*
- *Bibliografía.*

Conclusiones

Al momento de la observación se verifico que dentro de las instalaciones de la clinica la señalizacion es escasa y en algunos casos muy poco visible , causando malestar en los pacientes que fácilmente se desorientan al momento de la realización de sus estudios Radiológicos, otro caso es al cancelar los costos respectivos de sus exámenes y otras áreas.

La falta de implementacion de publicidad alternativa, desde tiempo atrás no se había ejecutado ningun plan hasta la fecha, y en ningun momento se ve la necesidad de recurrir a dichas herramientas llegando en un estado de conformismo que no beneficia a ninguna de las partes.

La poca importancia en el tema de la imagen institucional enlazado a la buena comunicación externa, pues no se contaba con herramientas que ayuden a la misma para dar un estatus y ser reconocida a nivel capital.

Los medios de comunicación convencionales utilizados con anterioridad no han sido de gran beneficio para la entidad, pues se verifico que los pacientes son referidos por sus médicos tratantes, tal es el caso de los hospitales nacionales y el Instituto de Seguridad Social (IGSS) debido a las estrategias y acuerdos entre ambas, fenómeno provocado por la necesidad de la realidad social que viven en su mayoría los guatemaltecos. Además se han enterado los pacientes de boca en boca de su excelente servicio, y no por herramientas de comunicación alternos que han utilizado para darse a conocer.

Recomendaciones

Seguir ejecutando estrategias de comunicación externa que estén a su alcance para propiciar la identificación y una imagen favorable ante la población en general de Clínica Londres S.A. Resaltando su labor y deseo de ayudar al ciudadano que necesita practicarse los estudios requeridos por sus médicos tratantes.

Crear actividades atractivas (ofertas) para pacientes y público en general que puedan generar beneficio para ambas partes , sin descuidar los principios con los que fundada la Clínica.

Muchas de las personas entrevistadas mencionaron que no tienen acceso a la página web, ó la plataforma facebook de la clínica , por lo tanto se sugiere la actualización de la misma, así como la divulgación de su existencia para estar a la vanguardia de las comunicaciones y llegar a expandirse a más población guatemalteca. Siendo la mayoría de pacientes que visitan la Clínica provenientes del interior de la ciudad.

La Escuela de Ciencias De La Comunicación puede tomar la iniciativa de seguir enviando estudiantes de EPS de años posteriores a las empresas que han sido beneficiadas con estudiantes que han puesto en práctica lo enseñado a través de los años de estudio, esto para seguir con el afán de colaborar y seguir implementando estrategias funcionales o bien darle seguimiento a las ya existentes. Para que las dos partes entidad-Alumno obtengan el mismo beneficio el enriquecimiento de la práctica y conocer la importancia del comunicador dentro de su institución.

ANEXOS

ARTES:

Estrategia No. 1

Vinilicos



Fuente; Telma Morales

Elaborado por: M y M comunicación Publicitaria

Fecha: 19/06/2014

Estrategia Numero 2

Acrilicos



Fuente; Telma Morales Elaborado por: M y M comunicación Publicitaria
Fecha: 19/06/2014

Estrategia Número 3



Misión

Somos una entidad privada dedicada a la realización de estudios radiológicos por imagen y diagnóstico, fundada con el ánimo de servicio y trabajando con la más alta tecnología de punta y personal altamente calificado para brindarle un resultado confiable y certero a toda la población que requiere de nuestros servicios.



Visión

Ubicarse en la ruta del crecimiento y superación, en la constante lucha por lograr posicionar a la empresa como la mejor, la más moderna y humana ofreciendo los mejores beneficios a los pacientes satisfaciendo sus necesidades, sin descuidar los principios sociales con los que fue fundada

Fuente; Telma Morales

Elaborado por: M y M comunicación Publicitaria

Fecha: 19/06/2014

Estrategia Número 4

trifoliar

Clinica Londres le ofrece a usted la más alta calidad técnica y humana en el servicio de excelencia, que comprende desde la obtención de estudios minimizando riesgos y molestias hasta la entrega puntual de resultados, manteniendo siempre una estrecha comunicación con los médicos especialistas que solicitan los estudios.

Con modernos equipos y tecnología de punta, Centro Radiológico Clínica Londres, S.A. le ofrece Estudios de Rayos X, Mastografía Digital, Ultrasonidos 3D, 4D, Doppler Color, Fluoroscopio, Densitometría Ósea, Resonancia Magnética de alto campo, Radiología Intervencionista, Estudios Cardiológicos, Laboratorios de Análisis Clínicos, Fluoroscopia Computarizada.

Somos guatemaltecos que creemos en Guatemala, que le hemos apostado al área de la salud ciudadana, por eso hemos unificado criterios y esfuerzos para llevar a la mayoría de la población servicios que en determinado momento fueron exclusividad de alguna élite, hoy por hoy, en nuestra Empresa todos los Guatemaltecos que acuden a nuestras instalaciones salen satisfechos del trato personalizado del que han

ido objeto, hemos nutrido nuestras instalaciones con equipos de alta calidad con tecnología de punta que permiten a los médicos tratantes referir con confianza a sus pacientes para estudios de alta calidad y con diagnósticos altamente confiables, que les permiten estar seguros del pronto restablecimiento de sus pacientes.

El personal Médico es altamente calificado, con especialización en Radiología que han dejado huella en hospitales del país, así como en México que se maneja alta calidad de diagnóstico y equipos. El personal de apoyo son técnicos de reconocido prestigio y experiencia en el manejo de pacientes delicados y equipos altamente sofisticados como los que contamos en nuestras instalaciones las cuales han sido ampliadas para brindar comodidad y ambiente agradable a los pacientes que por su misma situación necesitan de un lugar apropiado y del cual hemos hecho una sala de hogar.

Al personal de los hospitales del interior del país que

tienen que viajar varias horas para llegar a nuestras instalaciones les damos un trato preferencial que estamos seguros que pocas empresas de este tipo les ofrecen, atreviéndonos a afirmar que somos los únicos que reconocemos ese sacrificio de esos abnegados pilotos y enfermeras.

En conclusión, somos una Empresa joven que esta haciendo de la radiología un nuevo concepto, estamos cambiando los paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a los pacientes, a las instituciones y médicos que han confiado en nuestro servicio, únase al cambio, permítanos atenderle como usted se merece.

Le atendemos con ambiente agradable, atención esmerada y tecnología de punta, siempre.





Al personal de los hospitales del interior del país que tienen que viajar varias horas para llegar a nuestras instalaciones les damos un trato preferencial que estamos seguros que pocas empresas de este tipo les ofrecen, atreviéndonos a afirmar que somos los únicos que reconocemos ese sacrificio de esos abnegados pilotos y enfermeras.

En conclusión, somos una Empresa joven que esta haciendo de la radiología un nuevo concepto, estamos cambiando los paradigmas obsoletos por modernas actitudes que benefician a los pacientes, a las instituciones y médicos que han confiado en nuestro servicio, únase al cambio, permítanos atenderle como usted se merece.

Al personal de los hospitales del interior del país que tienen que viajar varias horas para llegar a nuestras instalaciones les damos un trato preferencial que estamos seguros que pocas empresas de este tipo les ofrecen.

**Centro Radiológico
Clínica Londres**

Horario: Lunes a viernes de 7:00 a 18:00 horas
Sábado de 7:00 a 13:00 horas

7a. Calle 3-24 Zona 1, Ciudad De Guatemala,
a media cuadra de la Hemeroteca Nacional
y a media cuadra de Librería Fátima.

(502)2251-2429 y (502)2494-2929

*Contamos con amplio parqueo

info@clinalondresguatemala.com
www.clinalondresguatemala.com

**UN NUEVO CONCEPTO
EN RADIOLOGÍA**






Fuente; Telma Morales

Elaborado por: M y M comunicación Publicitaria

Fecha: 19/06/2014

Estrategia Número 5

volante



**UN NUEVO CONCEPTO
EN *RADIOLOGÍA***

Con modernos equipos y tecnología de punta, Centro Radiológico Clínica Londres, S.A. le ofrece:

Estudios de Rayos X, Mastografía Digital, Ultrasonidos 3D, 4D, Dopler Color, Fluoroscopia, Densitometría Osea, Resonancia Magnética de Alto Campo, Radiología Intervencionista, Estudios Cardiológicos, Laboratorios de Análisis Clínicos, Fluoroscopia Computarizada.

info@clinicalondresguatemala.com www.clinicalondresguatemala.com

7a. Calle 3-24 Zona 1, Ciudad De Guatemala, a media cuadra de la Hemeroteca Nacional y a media cuadra de Librería Fátima
Tel.:(502)2251-2429 y (502)2494-2929

Horario: Lunes a viernes de 7:00 a 18:00 horas
Sábado de 7:00 a 12:00 horas

Fuente; Telma Morales

Elaborado por: M y M comunicación Publicitaria

Fecha: 19/06/2014

Señores
Clinica Londres
Presente

Estimados señores:

En respuesta a su solicitud de cotizar diseños para varios materiales, el dato es el siguiente:

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO |
|----------|---------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3 | Diseños: Para Manta Diseño para volante Diseño para afiche | Q. 250.00 |

*Nota: Requerimos el 50% de anticipo, y el restante contraentrega.
Los precios incluyen impuestos. El precio es valido por 2 semanas.
Emitir cheques a nombre de "Julio César Morales Carrera".
Q125 por cheque rechazado y/o por cambio de facturas.
6% mensual por mora en pagos.*

Atentamente,

Brenda de Morales
Departamento de Cuentas
Móvil: 5016-6431

Ingeniero
Carlos Humberto Chang Q.
Clinica Londres
Presente

Estimado Ingeniero:

En respuesta a su solicitud de cotizar varios materiales publicitarios para la Clinica, el dato es el siguiente:

| CANTIDAD | DESCRIPCIÓN | PRECIO |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 02 | Banners con Araña de 0.80 x 1.80. Incluye diseño. | Q. 675.00 |
| 10 | Acrilicos de 50 x 25 cms. | Q. 1,280.00 |
| 5,000 | Trifoliales full color tiro y retiro en couche. | Q. 3,425.00 |
| 01 | Diseño de trifoliar. | Q. 250.00 |
| 04 | Acrilicos de 45 x 60 cms. doble oficio para mision y vision con tornillos de aluminio. De estos dos juegos. | Q. 1,320.00 |
| 02 | Acrilicos de 45 x 60 cms. doble oficio para parqueo. Todos los acrilicos ya instalados. | Q. 550.00 |
| | TOTAL | Q. 7,500.00 |

Nota: Requerimos el 50% de anticipo, y el restante contraentrega.

Los precios incluyen impuestos. El precio es valido por 2 semanas.

Emitir cheques a nombre de "Julio César Morales Carrera".

Q125 por cheque rechazado y/o por cambio de facturas.

6% mensual por mora en pagos.

Atentamente,

Brenda de Morales
Departamento de Cuentas
Móvil: 5016-6431

7ª. Calle 6-24 Residenciales Eureka Zona 21

Móviles: 5252-6316 5016-6431

cuentas@masmenos.com.gt

www.masmenos.com.gt

Modelo de la encuesta

Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
EPS Licenciatura 2014

Con el objetivo de recopilar información para la realización de un proyecto comunicacional se esta llevando a cabo una investigación que conlleva encuestas y entrevistas a pacientes y público en general que visita Clínica Londres S.A. Agradeciendo su valiosa colaboración por responder las siguientes interrogantes con letra legible.

1. Por que medio de comunicación se entero de los servicio que presta la Clínica. Subraya cual medio.

Internet Volantes Facebook Mantas Amigos Conocidos

Hospitales Otros mencione cual _____

2. Que cualidades observa al elegir el lugar para realizar sus estudios y En base a esto porque eligió Clínica Londres S.A.

Explique: _____

3. Como podría evaluar la atención por parte del personal de la clínica? Subraye la respuesta aun siendo varias.

Adecuada Resuelven dudas Eficiente Cortes Amables

No adecuada Falta un Poco

4. Porque medio de comunicación cree Ud. que la clínica se daría a Conocer de manera más efectiva?

Radio Televisión Volantes Pagina web Facebook Anuncios

Por medio escrito explique: _____

5. Sería de su agrado mientras espera el momento para realizarse su Examen o bien en la espera de su resultado la clínica le brinde una forma de entretenimiento que haga su estancia más agradable. Entre lo que podemos mencionar. Subraye cual de las opciones.

Charlas Medicas Charlas de temas variados algún micro curso

Cafetería Servicio de café Música Otros mencione cual y porque

Le gustaría _____

6. Considera que hace falta mejorar en algún aspecto para prestarle un Mejor servicio? Subraye su respuesta.

Información Ubicación Precios Calidad Tiempo de entrega

Personal Publicidad Ambiente Servicio Limpieza

7. Le gustaría participar de una sala de espera Virtual
Si o No por que _____

8. Como le gustaría que fuera la pagina de internet de la clínica?

Simple Interactiva Que les gustaría que se agregara a la página.

9. Indique si tubo algún inconveniente para comunicarse o localizar la ubicación de la clínica? Y según su criterio cual sería una posible Solución a este suceso.

Explique: _____

10. Recomendaría los servicio de la clínica a otras personas?

Comente _____ por _____ que:

Fotografias de Supervisión de EPS:



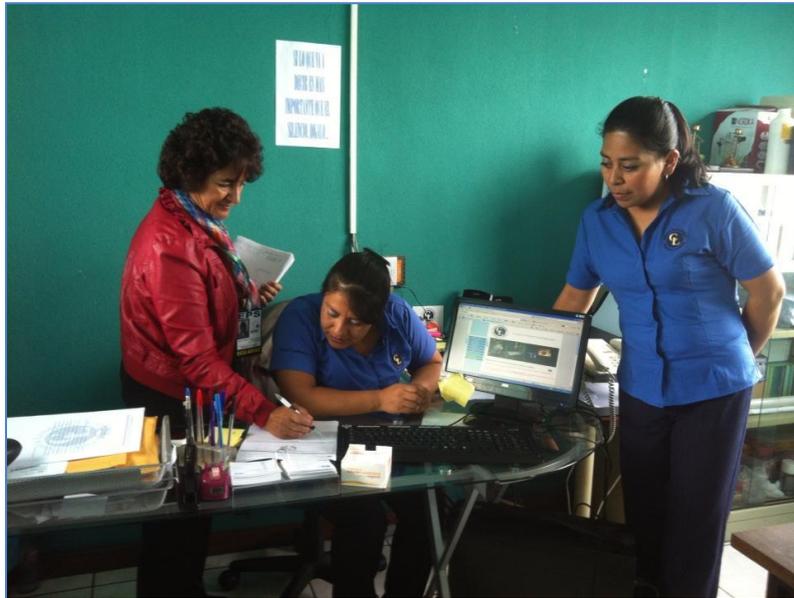
Fotografía No.1

Supervisión
Licda. Floralba Pérez Folgar
Fuente: Telma Morales
Fecha: 6/06/2014



Fotografía No. 2

Epesista,
Licda. Floraba Pérez Folgar
Licda. Evelyn Vega
(Secretaria Gerencial)
Fuente: Telma Morales
Fecha: 6/06/2014



Fotografía No. 3

Supervisión de EPS
Fuente: Telma Morales
Fecha: 06/06/2014



Fotografía No. 4

Supervisión en la colocación de Acrílicos dentro de las instalaciones de la Clínica.

Fuente: Telma Morales, 22/06/2014



Fotografía No. 5

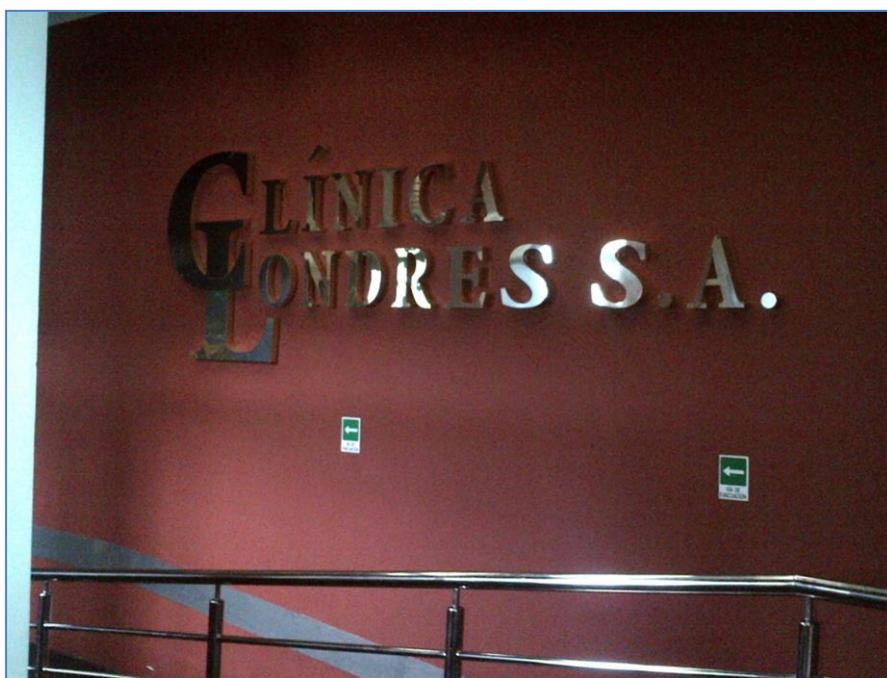
Ingeniero. Carlos Humberto Chang Quan.

Dando algunas indicaciones a personal de empresa contratada para el material de señalización.

Fuente: Telma Morales, 22/06/2014



Fotografía No.6
Instalaciones de Clínica Londres S.A.
7 calle 3-24 zona 1.
Fuente: Telma Morales. 31/07/2014



Fotografía No.7
Identificación de la Clínica situada en rampa interna.
Fuente: Telma Morales. 31/07/2014



Fotografía 8:

Foto al externo de la Clínica sobre 7a. Calle

Fuente: Telma Morales

31/07/2014



Fotografía 9:

Logotipo Clínica Londres S.A.

Fuente: Telma Morales

Fecha: 31/07/2014

➤ **Referencias Bibliográfica**

Homs Quiroa Ricardo (1990) La comunicación en la empresa, Grupo Editorial Iberoamérica.

Hernández Sotelo Jose Luis Diego, (302.5) (D559:2) La comunicación en las Relaciones Humanas.

Tamayo y Tamayo, Mario. (1996) El proceso de la investigación Científica. Limusa Noriega Editores. México.

Hernández, Roberto. (1998) Metodología de la investigación. MacGraw Hill Editores. México.

<http://www.clinicalondresguatemala.com/index.html>

<http://newton.cnice.r>

<http://www.cd3wd.com/c>