

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

**“Campañas Preventivas de Salud para el Instituto Guatemalteco  
de Seguridad Social, -IGSS-”**

EDGAR JOSE ROJAS SUCHI

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Guatemala, Noviembre de 2014

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

**”Campanas Preventivas de Salud para el Instituto  
Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-”**

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

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**EDGAR JOSÉ ROJAS SUCHÍ**

Previo a optar el título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Asesor:

M.A. Sergio Morataya

Guatemala, Noviembre de 2014

## **Consejo Directivo**

### **Director**

Licenciado Julio Estuardo Sebastián Chilín

### **Secretaria**

M.A. Claudia Molina

### **Representantes de 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



## Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas

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 Edgar Jose Rojas Suchí, con número de carné: 200416968, estudiante de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, finalizó el Ejercicio Profesional Supervisado en Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-, cumpliendo con las trescientas horas (300) de práctica a partir del 5 de mayo 2014 al 18 de julio 2014. Realizando el proyecto de comunicación "Campañas Preventivas de Salud para el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-".

Sin otro particular me suscribo de usted.

Atentamente,

  
Lic. Erick Ederberto Suruy Peña

Jefe del Departamento de comunicación Social y Relaciones Públicas



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

Guatemala, 27 de octubre de 2014

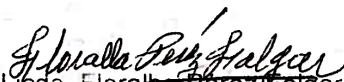
Estudiante  
**Edgar José Rojas Suchi**  
Carné: **200416968**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final del Proyecto de EPS con título: "**Campañas Preventivas de Salud.**"

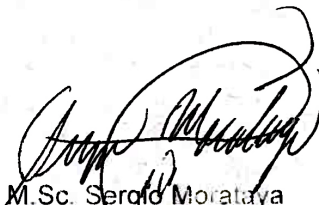
El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual emito DICTAMEN FAVORABLE para los efectos subsiguientes.

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"

  
Licda. Floralba Pérez Folgar  
Supervisora de EPS



Vo. Bo.

  
M.Sc. Sergio Morataya  
Coordinador EPS Licenciatura



Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2476-9926  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Fax: (502) 2476-9938  
[www.comunicacionusac.com.gt](http://www.comunicacionusac.com.gt)

**Con especial aprecio...**

A MI MADRE

Gracias a su apoyo y enseñanzas me han hecho llegar a cumplir una meta más.

A MI FAMILIA

Por el simple hecho de estar siempre.

A GABRIELA RIVERA

Con su apoyo y aliento me hace llegar siempre más lejos

A MIS AMIGOS

Por todo.

## **RESUMEN**

Universidad: Universidad de San Carlos de Guatemala

Unidad Académica: Escuela de Ciencias de la Comunicación

Título: Campañas Preventivas de Salud

Autor: Edgar José Rojas Suchí

Problema Investigado: Imagen negativa del IGSS y falta de comunicación con afiliados y derechohabientes.

Instrumentos utilizados: La entrevista y encuesta.

### **Procedimiento empleado para obtener información**

Para efectuar este informe fue necesario el uso dos técnicas, las cuales fueron la entrevista y encuesta.

Para obtener la información se desarrolló varias entrevistas y encuestas en la Policlínica del IGSS, zona 1. Principalmente al Director, Sub-Director y Jefe de departamento de trabajo social, quienes son los que velan por la comunicación dentro

### **Estrategia desarrollada**

Se realizó una campaña la cual fue llamada como “Campañas Preventivas de Salud”,

Su objetivo era brindar información de interés a afiliados y derechohabientes sobre enfermedades y consejos en materia de prevención.

### **Resultados y Conclusiones**

Se debe de generar permanentemente campañas de prevención ya que como Institución es su obligación informar a los derechohabientes y afiliados sobre cuidados y consejos sobre salud; y con ello la población tendrá una mejor imagen del Seguro Social

Para mejorar la imagen que se tiene de la Institución se debe de proyectar una imagen de compromiso, vocación de servicio y trabajo hacia afiliados, derechohabientes y población en general.

La población afiliada es muy receptiva y ve de manera positiva que se comparta información en materia de prevención.



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

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I .....	2
INTRODUCCIÓN .....	2
1. Objetivos .....	3
1.1 Objetivo General .....	3
1.2 Objetivos Específicos .....	3
2. La Institución .....	4
2.1 Historia del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS-.....	4
2.1.1 Antecedentes del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas .....	5
2.2. Marco Filosófico .....	6
2.3 Organigrama .....	7
3. FODA .....	8
4. Metodología.....	12
4.1 Descripción del Método.....	12
4.2 Instrumentos .....	13
4.3 Cronograma Mes de Febrero y 1,2 de Marzo .....	14
5. Recopilación de datos .....	15
5.1. Ficha de las entrevistas .....	15
5.2. Resultados de las entrevistas .....	18
5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.....	19
5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	20
6. Radiografía de la Institución .....	29
6.1 El POA del Año .....	30
6.2 Campañas Realizadas.....	35
6.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando.....	35
6.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar .....	35
CAPITULO II .....	37
INTRODUCCIÓN .....	37
2.1 Antecedentes .....	38

Radiografía de la Institución .....	39
2.2 Objetivos .....	40
2.2.1 Objetivo General .....	40
2.2.2 Objetivos Específicos.....	40
2.3 Público Objetivo .....	41
2.4 Mensaje .....	41
2.5 Estrategia.....	42
2.6 Los planes de comunicación.....	42
2.6.1 Comunicación Corporativa.....	42
2.6.2 Comunicación Externa .....	42
2.6.3 Comunicación Interna .....	47
2.6.4 Comunicación de Crisis .....	48
2.6.5 RRPP y gestión de medios .....	49
2.7 Calendario .....	50
2.8 Presupuesto.....	51
2.9 Control y seguimiento (Evaluación) .....	52
CAPITULO III .....	53
Ejecución del Plan de Comunicación .....	53
3. Informe descriptivo .....	53
3.1 Concepto .....	53
3.2 Día del Asma.....	53
3.3 Día Nacional de la Epilepsia.....	55
3.4 Día Nacional de la Nutrición .....	57
3.5 Día Internacional por la Salud de las Mujeres .....	59
3.6 Día Mundial sin Tabaco.....	61
3.7 Día Mundial del Donante de Sangre .....	63
3.8 Virus de Chikungunya .....	71
CAPITULO IV .....	73
Evaluación.....	73
CONCLUSIONES .....	75
RECOMENDACIONES .....	76

BIBLIOGRAFÍA .....	77
ANEXOS .....	78
1.1. Transcripción Completa de las entrevistas.....	78
1.2. Modelo de la Encuesta .....	82
1.3. Matriz o vaciado de las encuestas .....	83
1.4 Fotografías .....	85

## INTRODUCCIÓN

El presente informe contiene a detalle el trabajo que se realizó, mediante la elaboración del Plan de Comunicación que fue realizado para el INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL, -IGSS-.

Se desarrollan cada una de las etapas realizadas para la elaboración del Plan de Comunicación del IGSS, así como la estrategia que se desarrolló en la ejecución del mismo.

El fin del presente trabajo de EPS, además de optar al título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es brindar soluciones ante las necesidades que plantea la Institución en el campo de la comunicación.

Poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante la preparación académica se plantea un Plan de Comunicación con el objetivo de solventar las necesidades de la Institución en tan importante área.

# CAPITULO I

## INTRODUCCIÓN

### 1. Objetivos

#### 1.1 Objetivo General

#### 1.2 Objetivos Específicos

### 2. La Institución

#### 2.1 Historia del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS-

##### 2.1.1 Antecedentes del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas

#### 2.2. Marco Filosófico

#### 2.3 Organigrama

### 3. FODA

### 4. Metodología

#### 4.1 Descripción del Método

#### 4.2 Instrumentos

#### 4.3 Cronograma Mes de Febrero y 1,2 de marzo

### 5. Recopilación de datos

#### 5.1. Ficha de las entrevistas

#### 5.2. Resultados de las entrevistas

#### 5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados.

#### 5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

### 6. Radiografía de la Institución

6.1 El POA del Año

6.2. Campañas Realizadas

6.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando

6.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar

## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

El presente trabajo está constituido por un diagnóstico el cual fue realizado en el INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL, -IGSS-, en donde se realizó un estudio para saber el estado en que se encuentra el instituto actualmente en el área de Comunicación Social, observando así como este se ve reflejado en los colaboradores y derechohabientes.

Realizando un análisis para determinar cualquier situación a partir de una base de datos, hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permitan juzgar mejor que es lo que está pasando en la comunicación interna y externa.

Observando detenidamente el desarrollo comunicacional que realiza el Departamento de Comunicación Social dentro de las oficinas centrales y unidades del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social.

A través del diagnóstico de comunicación realizado al INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL -IGSS- se realizó un plan de comunicación para combatir todos los problemas comunicacionales encontrados dentro de la institución.

Para ello se realizaron diversas estrategias comunicacionales, las cuales llevan detallada la acción a realizar para su mejor desempeño. La cual solo una será realizada por el epesista hacia la institución.



## 1. Objetivos

### 1.1 Objetivo General

Elaborar un diagnóstico para el área de Comunicación Social del INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL, -IGSS-, que permita conocer la situación actual de la comunicación en el IGSS, así como las ventajas y desventajas que presenta en el manejo de la misma.

### 1.2 Objetivos Específicos

- Determinar si la Comunicación Interna y Externa del IGSS, cumple con la expectativa trazada a través del Departamento de Comunicación Social en el Plan Operativo Anual (POA).
- Analizar el manejo de la comunicación en el IGSS, para determinar si ha alcanzado los resultados estipulados.
- Elaborar una serie de recomendaciones sobre el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que permitan al área de Comunicación Social del IGSS, contar con un panorama de claridad suficiente para la toma de decisiones.

## 2. La Institución

### 2.1 Historia del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social -IGSS-

Como una consecuencia de la segunda guerra mundial y la difusión de ideas democráticas, se derrocó al gobierno del General Ponce Vaides y se eligió un gobierno democrático, bajo la presidencia del Dr. Juan José Arévalo.

Al promulgarse la Constitución de la República de aquel entonces, el pueblo de Guatemala, encontró entre las Garantías Sociales en el Artículo 63, el siguiente texto: "SE ESTABLECE EL SEGURO SOCIAL OBLIGATORIO". La Ley regulará sus alcances, extensión y la forma en que debe de ser puesto en vigor.

El 30 de octubre de 1946, el Congreso de la República de Guatemala, emite el Decreto número 295, "LA LEY ORGANICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL". Se crea así "Una Institución autónoma, de derecho público de personería jurídica propia y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya finalidad es aplicar en beneficio del pueblo de Guatemala, un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio de Seguridad Social, de conformidad con el sistema de protección mínima" (Cap. 1º, Art. 1º).

Se crea así un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio. Esto significa que debe cubrir todo el territorio de la República, debe ser único para evitar la duplicación de esfuerzos y de cargas tributarias; los patronos y trabajadores de acuerdo con la Ley, deben de estar inscritos como contribuyentes, no pueden evadir esta obligación, pues ello significaría incurrir en la falta de previsión social.

La Constitución Política de la República de Guatemala, promulgada el 31 de mayo de 1985, dice en el artículo 100: "Seguridad Social. El Estado reconoce y garantiza el derecho de la seguridad social para beneficio de los habitantes de la Nación. Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. (2014). *(Consultado el día 10 de febrero de 2014 de la World Wide Web: <http://www.igssgt.org/#>)*

### 2.1.1 Antecedentes del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas

Creado por Acuerdo número 166 de Junta Directiva, de fecha 14 de diciembre de 1950, y publicado el 16 de enero de 1951, “Como Departamento de Divulgación y Relaciones Públicas, por medio del cual se estableció que bajo la dirección y vigilancia directa de la Gerencia sería el encargado de hacer publicidad con carácter docente, de los principios, fines y relaciones de armonía y cooperación con personas individuales o jurídicas, así como de realizar las demás tareas análogas que determine el Gerente.”

El 29 de abril de 1963, la Gerencia del Instituto emitió el Acuerdo 1070, a través del que se le denominó Departamento de Relaciones Públicas, estableciendo sus funciones bajo la dirección de la Gerencia. El 13 de marzo de 1998, se aprobó el Acuerdo 1048 de la Gerencia, que creó las Direcciones Generales y en el que incorpora al Departamento de Relaciones Públicas a la Subgerencia Administrativa.

Posteriormente, el 23 de enero de 2003, según acta número 6 de Junta Directiva, se aprueba el Proyecto de Reestructuración del departamento, acta por medio de la cual queda conformado con tres secciones: Prensa; Información, Educación y Comunicación (IEC); y Relaciones Públicas, estructurándose cada sección con jefe y el personal especializado en cada una de las áreas, cambiando también su nombre por: “Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas”, acta que se encuentra vigente a la fecha.

## 2.2. Marco Filosófico

### Misión:

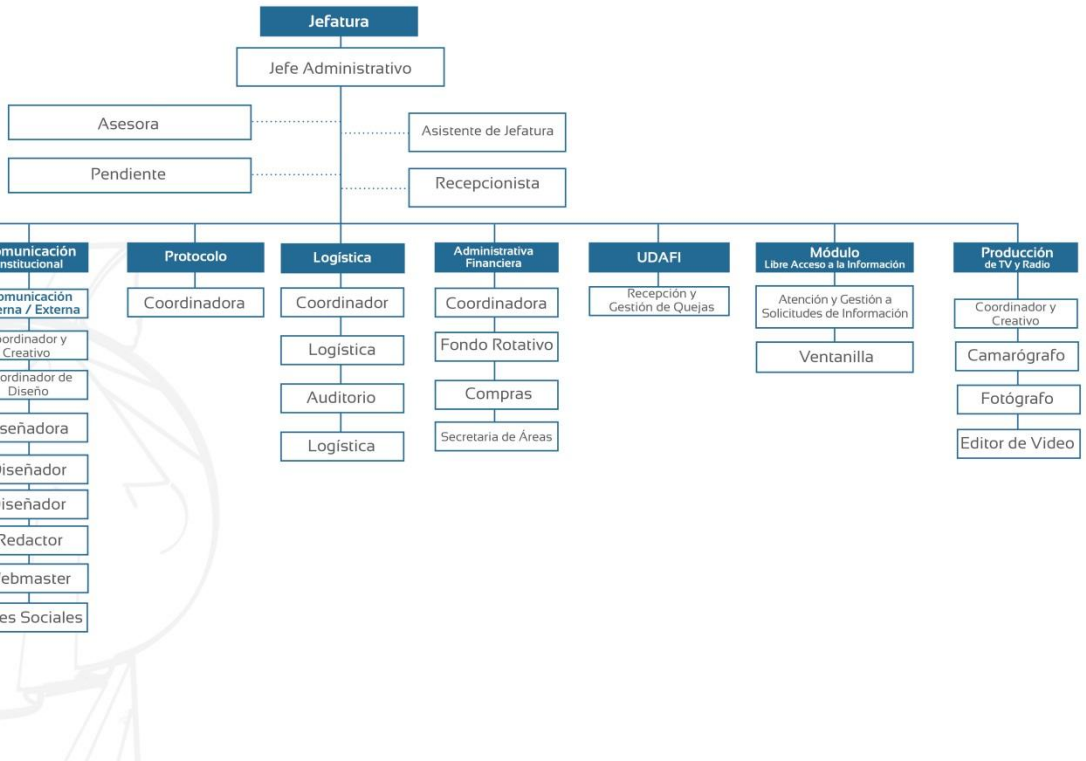
Proteger a nuestra población asegurada, contra la pérdida o deterioro de la salud y del sustento económico, debido a las contingencias establecidas en la ley; administrando los recursos en forma adecuada y transparente.

### Visión:

Ser la institución moderna de Seguro Social, caracterizada por su permanente crecimiento y desarrollo, que cubre a la población que por mandato legal le corresponde, así como por su solidez financiera, excelente calidad de sus prestaciones con eficiencia y transparencia de su gestión.

Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. (2014). *(Consultado el día 10 de febrero de 2014 de la World Wide Web: <http://www.igsgt.org/#>)*


## 2.3 Organigrama




### 3. FODA


Ser proactivo y propositivo son dos retos fundamentales que asumió el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas, del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), para fortalecer la imagen institucional y de sus autoridades, a través de los medios de comunicación internos y externos.

Para alcanzar el cumplimiento de esos retos es necesario y conveniente contar con los insumos idóneos tanto físicos como el equipo humano.


 <b>FORTALEZAS:</b>	<b>Descripción</b>
<p>(Factor Interno)</p> <p>Son las capacidades especiales con que cuenta la Dependencia, y que le permite tener una posición privilegiada. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cuenta con el número de personal idóneo para el funcionamiento de cada sección: prensa, diseño, eventos, protocolo y administrativo financiero.</li><li>• Incursión en los medios de comunicación digitales (twitter, facebook), que permiten mayor acercamiento con el público para conocer directamente y con inmediatez aspectos para mejorar la imagen institucional.</li><li>• Uso de medios de comunicación digitales para fortalecer nuestra labor informativa de temas institucionales y de interés para los afiliados, derechohabientes, patronos y público en general. (Sitio Web con información general, así como noticias y BoletIGSS)</li><li>• Los medios digitales nos facilitan la comunicación interna para avanzar en el cumplimiento del objetivo de las autoridades, que radica en la</li></ul>

	<p>dignificación del recurso humano. Interno y externo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicaciones digitales; diarias, semanales y mensuales, en formato escrito y audiovisual. (Aquí destacamos noticias, historias y el BoletIGSS con información financiera).</li> <li>• Equipo tecnológico adecuado de algunas áreas, principalmente la de diseño.</li> <li>• Único Departamento del Instituto que administra la línea gráfica en todos los ámbitos donde se utiliza la imagen institucional.</li> <li>• Personal profesional académicamente y en campo de acuerdo a su profesión en la rama de comunicación social, prensa, diseño, administrativo y en eventos, que permiten mejor coordinación de funciones y cumplimiento de los objetivos.</li> </ul>
--	--

 <b>OPORTUNIDADES:</b>	<b>Descripción</b>
<p>(Factor Externo)</p> <p>Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la Dependencia y que permiten obtener beneficios institucionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación constante y directa entre autoridades de Junta Directiva, Gerencia y subgerencias con representantes de la Jefatura del Departamento, que facilita el cumplimiento de funciones para fortalecer la imagen institucional.</li> <li>• Apoyo a unidades y dependencias del Instituto para actividades de información y divulgación acerca de eventos específicos, tanto en el área de diseño, divulgación y ejecución de programas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de la campaña para dignificar a colaboradoras y colaboradores.</li> <li>• Credibilidad de las autoridades por los resultados del trabajo que desarrolla el personal del Departamento.</li> <li>• Cercanía con periodistas que facilitan mejorar la opinión pública.</li> </ul>
 <p><b>DEBILIDADES:</b></p>	<p><b>Descripción</b></p>
<p>(Factor Interno)</p> <p>Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de espacio físico para instalar el módulo de la Sección de Información Pública, en el primer nivel del edificio. Actualmente, la persona encargada ocupa un espacio en la oficina del Departamento, en el 7mo. Nivel, pero estratégicamente está en una ubicación inadecuada por el tipo de servicio para los solicitantes.</li> <li>• Falta de aire acondicionado en la sección de diseño donde es necesario para mantener un ambiente adecuado para el equipo.</li> <li>• Falta de equipo para corte de papel (guillotinas).</li> <li>• Baja presencia de carácter publicitario en medios de comunicación social, para divulgar programas de interés general y funciones del Instituto.</li> <li>• Ataques constantes de la prensa, por el momento principalmente de El Periódico, Siglo 21 y Radio Sonora.</li> <li>• Presencia mínima en las redes sociales como,</li> </ul>



	<p>Facebook, twitter. (La campaña de divulgación tendrá presencia a partir de noviembre 2013, el proyecto ya está en proceso y en espera de validación por la presidencia).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de equipo de audio e iluminación adecuado en el auditorium para montaje de eventos.</li> <li>• Falta de equipo fotográfico profesional, audio, televisión, iluminación y edición profesional.</li> </ul>
 <p><b>AMENAZAS:</b></p>	<p><b>Descripción</b></p>
<p>(Factor Externo)</p> <p>Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia del Instituto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Débil presencia, participación en las redes sociales crea vulnerabilidad a críticas negativas contra la Institución.</li> <li>• Riesgo de crear falta credibilidad del Instituto ante ataques constantes de la prensa, principalmente escrita y radial.</li> <li>• Falta de divulgación de campañas orientadas a la población infantil acerca de la importancia de la Seguridad Social en Guatemala.</li> <li>• La falta de presencia en medios, con información publicitaria institucional, nos convierte en una institución pasiva debido a la magnitud e importancia que esta tiene para el desarrollo integral de los guatemaltecos.</li> <li>• Ante la falta de equipo para corte en la Sección de Diseño, se incurre en retraso para la entrega del trabajo final.</li> <li>• Falta de aire acondicionado.</li> </ul>

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ante la falta de equipo de audio e iluminación adecuado, en el auditorium se comenten errores y fallas técnicas al momento de los eventos.</li><li>• La falta de equipo profesional de fotografía, video, audio, edición e iluminación nos limita a brindar cobertura en evento y a producir material informativo con recursos propios.</li></ul> |
|--|---|

## 4. Metodología

### 4.1 Descripción del Método

Según Piloña Ortiz (2010) Todo proyecto debe contener la información detalla de los métodos y técnicas que el investigador considera necesarios utilizar durante el proceso investigativo.

Para la realización del diagnóstico, se utilizó el método científico, aplicando sus tres fases, las cuales son:

- Fase indagadora: En la cual se utilizan procesos de recolección de información directamente de las fuentes primarias (encuestas) y secundarias (bibliografía y e-grafía)
- Fase demostrativa: A través de análisis, síntesis, comparación, concordancias y diferencias de los elementos teóricos con los empíricos, realizada a través de investigación de campo.
- Fase expositiva: Utilizando los procesos de conceptualización y generalización que es expuesto a través de un informa final.

Todo esto realizado a través de sus distintas técnicas como: Observación directa e indirecta, Encuestas y Estadísticas. (Piloña Ortiz, P. 347)

## 4.2 Instrumentos

Para poder desarrollar de mejor manera el método científico, en base a las técnicas empleadas (encuesta, entrevista y observación) se hizo uso de:

- Cuestionarios
- Lapiceros
- Grabadora de voz
- Libreta de apuntes

### 4.3 Cronograma Mes de Febrero y 1,2 de Marzo

ACTIVIDADES		RESPONSABLE	PERIODO DE TIEMPO/SEMANAS				
NO.	DESCRIPCIÓN		1	2	3	4	5
1	Observación de cómo se trabaja dentro del Departamento de Comunicación Social Ubicado en las Oficinas Centrales del IGSS	Mónica López					
2	Recopilación de la información necesaria para la elaboración del Diagnostico						
3	Realización de Encuestas y Entrevistas en Policlínica del IGSS, zona 1	Y Edgar					
4	Tabulación de encuestas	Rojas					
	Resultados de entrevistas						
	Elaboración del Diagnostico						
5	1 y 2 de marzo retoques finales del Diagnostico						

## 5. Recopilación de datos

### 5.1. Ficha de las entrevistas

Las entrevistas de esta investigación fueron realizadas por Mónica López y Edgar Rojas, quienes están en la labor del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

El tipo de entrevista utilizado fue la entrevista abierta, junto con la información que proporciona la investigación realizada con anticipación. Las preguntas fueron enfocadas únicamente al área de comunicación dentro del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, ubicado en la zona 1 capitalina.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevistado: Obdulio Mejía.

Entrevistados: Mónica López y Edgar Rojas.

Puesto: Director de Policlínica del IGSS zona 1.

Día: Guatemala, viernes 21 de febrero de 2014.

Hora: 14:00 horas.

Tema: Manejo de la comunicación dentro de la policlínica del IGSS y como se refleja a nivel general.

Con dicha entrevista se deseaba lograr saber qué opinión tenía a cerca del

manejo de la comunicación en la policlínica del IGSS, ubicada en la zona 1, la cual no cuenta con una unidad de comunicación al igual que otras entidades del IGSS. El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social no cuenta con buena comunicación interna en las unidades de este Instituto debido a que lo que se realiza para trabajadores es por medio de internet, y en algunos casos los trabajadores no cuentan con internet, mucho menos con un correo electrónico para recibir la información (BOLETIGSS) que se publica de todas las unidades. En cuanto a la comunicación hacia los pacientes es deficiente debido a que no se ejecuta por medio de ningún canal de comunicación para su realización, haciendo que los afiliados nunca sepan sus derechos, obligaciones, gestiones, beneficios y más.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevistado: Irving Rimola.

Entrevistados: Mónica López y Edgar Rojas.

Puesto: Sub - Director de Policlínica del IGSS zona 1.

Día: Guatemala, viernes 21 de febrero de 2014.

Hora: 14:30 horas.

Tema: Manejo de la comunicación dentro de la policlínica del IGSS y como se refleja a nivel general.

Con dicha entrevista se deseaba lograr saber qué opinión tenía a cerca del manejo de la comunicación en la policlínica del IGSS, ubicada en la zona 1, la

cual no cuenta con una unidad de comunicación al igual que otras entidades del IGSS.

En cuanto a comunicación es regular debido a que lo que nosotros realizamos es por medio de trabajo social o informática, debido a que ellos son quienes realizan grupos de apoyo para los afiliados e informática se encarga de trasladar alguna información en correos directos.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevistado: Silvia Ulises.

Entrevistados: Mónica López y Edgar Rojas.

Puesto: Jefe Departamento de Trabajo Social.

Día: Guatemala, viernes 21 de febrero de 2014.

Hora: 15:00 horas.

Tema: Manejo de la comunicación dentro de la policlínica del IGSS y creación de circuito cerrado de televisión.

Con dicha entrevista se deseaba lograr saber qué opinión tenía a cerca del manejo de la comunicación en la policlínica del IGSS, ubicada en la zona 1, la cual no cuenta con una unidad de comunicación al igual que otras entidades del IGSS y al mismo tiempo saber porque el Departamento de Trabajo Social se hace cargo de la comunicación dentro de dicha unidad, así mismo por qué dejaron a mitad de proceso el circuito cerrado de televisión.

## 5.2. Resultados de las entrevistas

POSITIVOS	NEGATIVOS	EN COMUN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación dentro del IGSS es buena.</li> <li>• El material utilizado está colocado en un área visual estratégicamente buena.</li> <li>• La herramienta SPARK, que es un chat en el cual conecta a la mayoría de trabajadores dentro de las unidades, de forma eficiente y rápida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lo pedido por algunas unidades, son tardadas en responder por falta de material.</li> <li>• La falta de material en algunos casos, hace que la información no llegue a tiempo a los cuentahabientes, trabajadores administrativos y médicos.</li> <li>• Al momento de utilizar solo la página oficial del IGSS, no todas las personas tienen acceso a internet y mucho menos saber de qué existe dicha WEB para que se enteren del servicio que se presta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación dentro de la policlínica zona 1 es poca y necesita mejorar utilizando más canales informativos.</li> <li>• Crear un circuito cerrado en cada unidad para poder estar informando frecuentemente a los afiliados que llegan a consultas.</li> <li>• La creación de redes sociales ayudaría en gran mayoría a la difusión de información.</li> </ul>



### 5.3 Tablas comparativas puntos de encuentros y disensos entre los entrevistados

ENCUENTROS	DISENSOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concuerdan En que se cree un circuito cerrado de T.V. para que se pueda divulgar la información a cerca de diversos temas, para que todos estén al tanto.</li> <li>• La comunicación dentro del IGSS es buena, mas no se cuenta con inmediatez de parte del Departamento de Comunicación Social de las oficinas centrales.</li> <li>• La comunicación dentro de la policlínica del IGSS la maneja trabajo social, proporcionando charlas informativas a los derechohabientes abordando temas de interés para los mismos.</li> <li>• La comunicación publicada a la página WEB del IGSS o correos directos es realizado por el Departamento de Informática de cada unidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los oficios que son respondidos por parte del Departamento de Comunicación Social para la comunicación en la policlínica son respondidos de inmediato.</li> <li>• Cuando se requiere algún material para la comunicación deben pedirse con anticipación, ya que en dados casos, tardan 2 meses en ser enviados dichos materiales con sus respectivos oficios.</li> <li>• No cuentan con carteleras necesarias para colocar afiches, volantes, etc.</li> <li>• La comunicación utilizada si abarca lo suficiente para captar la atención de los derechohabientes y trabajadores.</li> <li>• La utilización de Redes sociales es viable debido al alcance que estas proporcionan.</li> </ul>

## 5.4 Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

### Cuadros de Resultados de las Encuestas

CUADRO I

EDAD		
20 -35	36 – 45	46 – 70
20%	23.33%	56.67%
TOTAL 100%		

CUADRO II

SEXO	
FEMENINO	MASCULINO
53.33%	46.67%
TOTAL 100%	

CUADRO III

1. ¿Cómo calificaría usted que es la comunicación dentro del establecimiento?	
BUENA	MALA
80%	20%
TOTAL 100%	

CUADRO IV

2. ¿La comunicación que tiene el IGSS es de su interés?	
SI	NO
86.67%	13.33%
TOTAL 100%	

CUADRO V

3. ¿Qué temas le gustaría enterarse por parte del IGSS?		
SALUD	GESTIONES	BENEFICIOS
36.67%	33.33%	30%
TOTAL 100%		

CUADRO VI

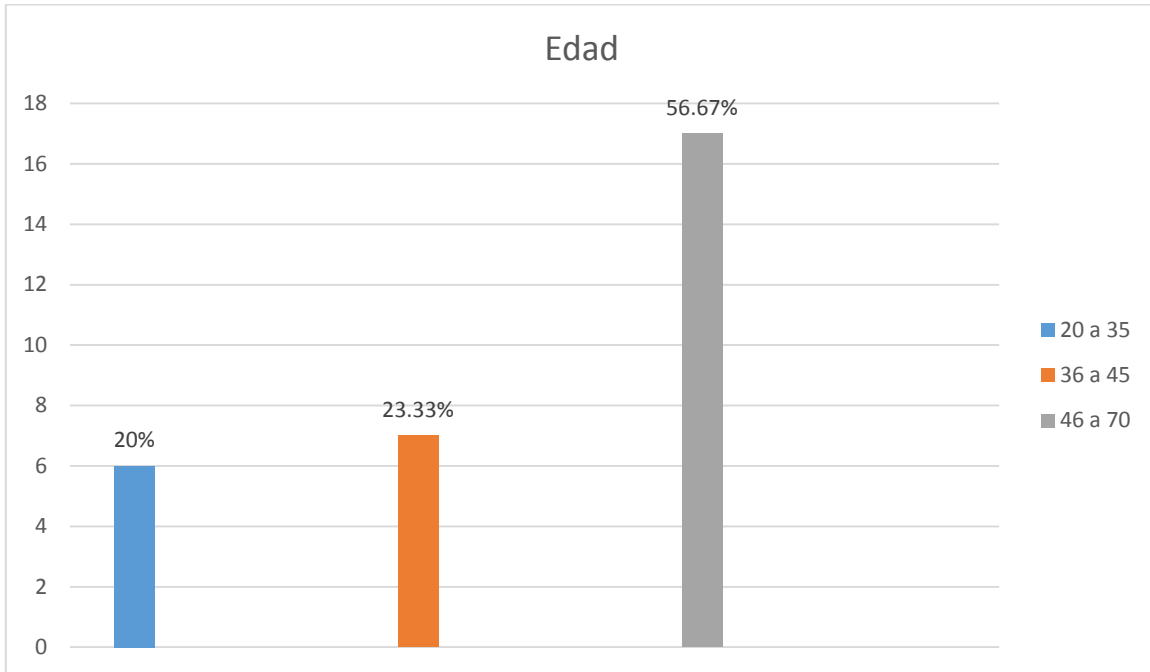
4. ¿Considera que la comunicación en IGSS puede mejorar?	
SI	NO
96.67%	3.33%
TOTAL 100%	

CUADRO VII

5. ¿En qué medios considera que debería divulgarse la comunicación en el IGSS?				
AFICHE	T.V.	CARTELERA	VOLANTE	OTROS
16.67%	53.33%	6.67%	10%	13.33%
TOTAL 100%				

## Gráficas e Interpretación de Resultados de las encuestas

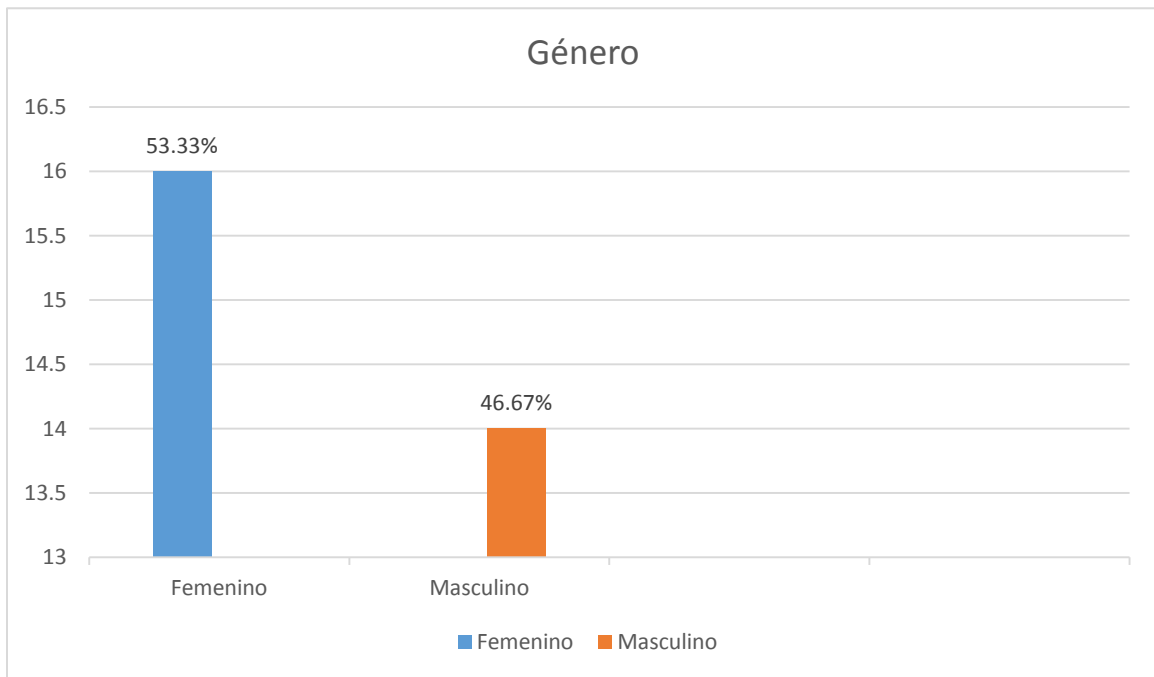
### Gráfica #1



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

Los derechohabientes, trabajadores administrativos y médicos se encuentran en las edades de 46 a 70 años representando el 56.67% de los tres grupos de objeto de estudio, obteniendo un 20% las personas de 20 a 35 años.

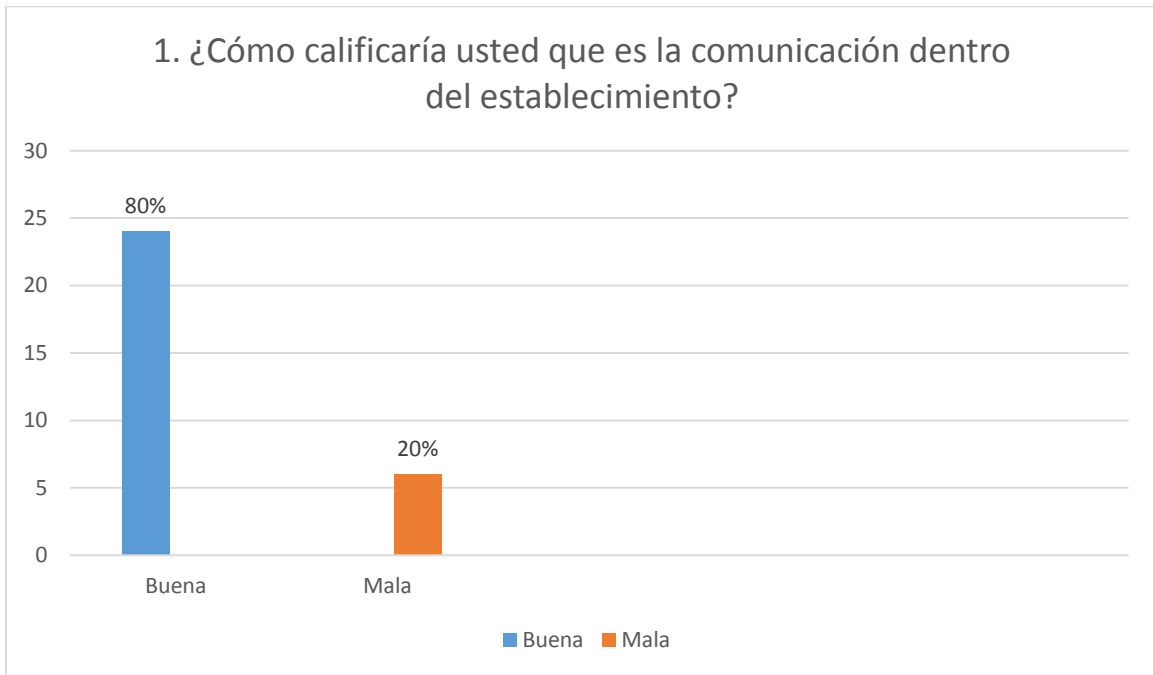
Gráfica #2



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

La mayoría de las personas encuestadas son mujeres, dando como resultado un 53.33% de personas. Esto representa que la mujer es quien más uso hace de los servicios del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, siendo también la que más puestos profesionales ocupa dentro del IGSS.

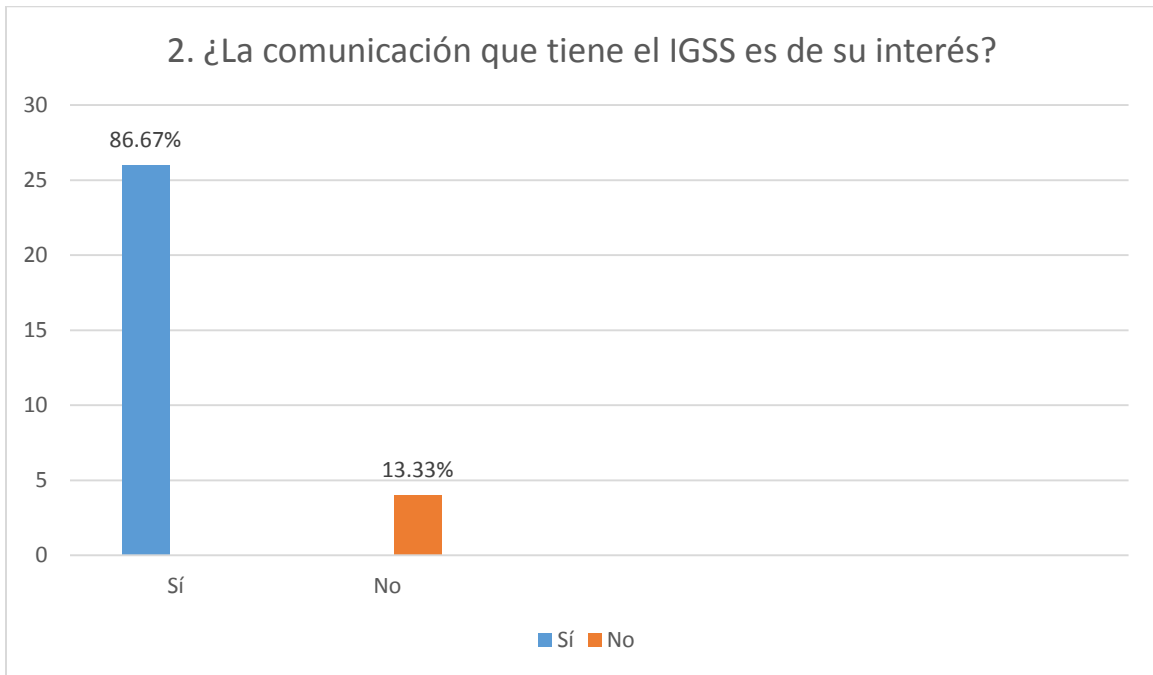
Gráfica #3



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

El grupo objetivo dio a conocer que la comunicación dentro de la policlínica del IGSS zona 1, es buena a pesar de muchos malos comentarios a los que se ha enfrentado, obteniendo como resultado un 80% refiriéndose que la comunicación es buena y un 20% mala.

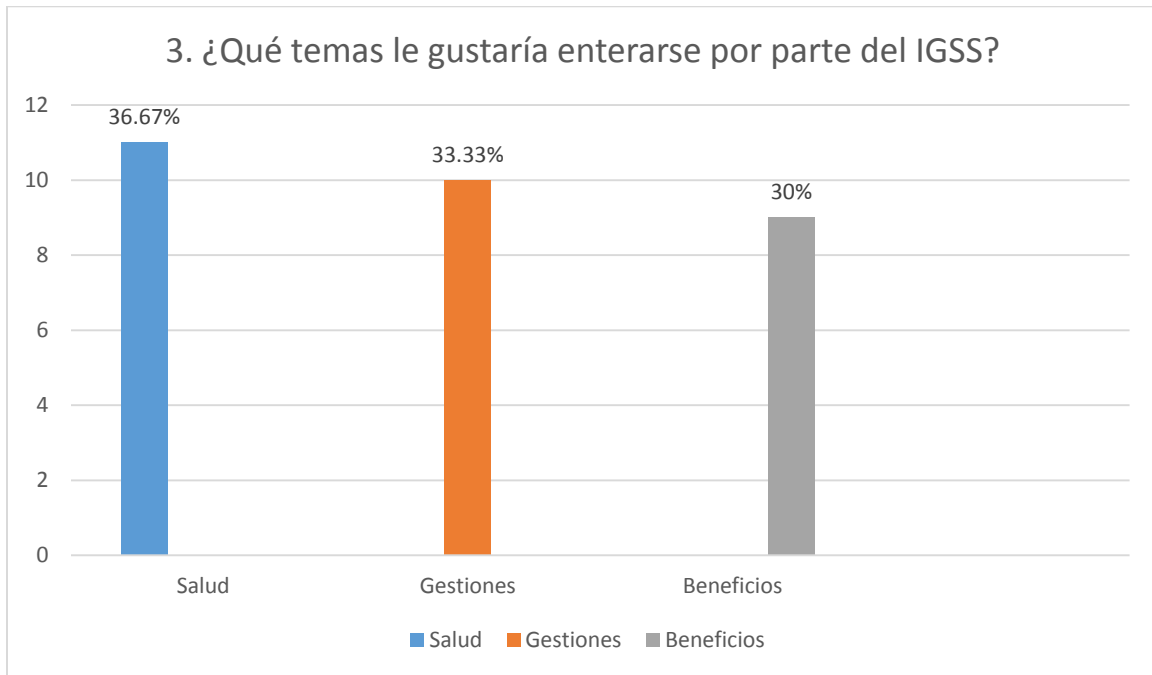
Gráfica #4



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

La mayoría de derechohabientes, trabajadores y médicos, opinan que la comunicación divulgada por el Departamento de Comunicación Social del IGSS es de su interés, a pesar de algunas carencias de información que es importante y usualmente es evadida, dado a ello un 13.33% opina que la comunicación no es de su interés.

Gráfica #5

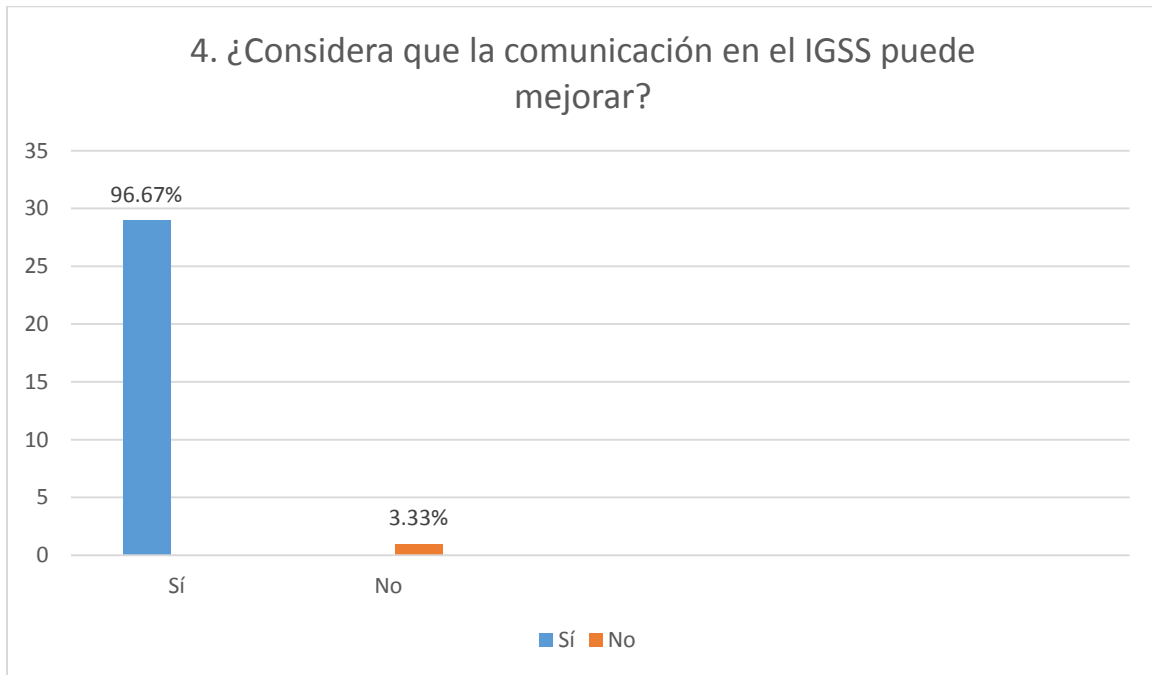


Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

El grupo objetivo opinó que muchos temas abordados por el Departamento de Comunicación Social son de su interés, más no abarcan la información suficiente que el IGSS presta, en el cual un 36.67% de encuestados opinaron que les gustaría enterarse de temas de salubridad, dejando con 33.33% la información de Gestiones para evitar problemas de confusión cuando se acercan a las oficinas, sabiendo los debidos procedimientos y por último opinaron que los Beneficios que el IGSS presta son de suma importancia, debido a que los derechohabiente son quienes deberían de gozar de ellos pero por falta de información, algunos pacientes no saben sobre ellos, colocando así este tema con un 30%.



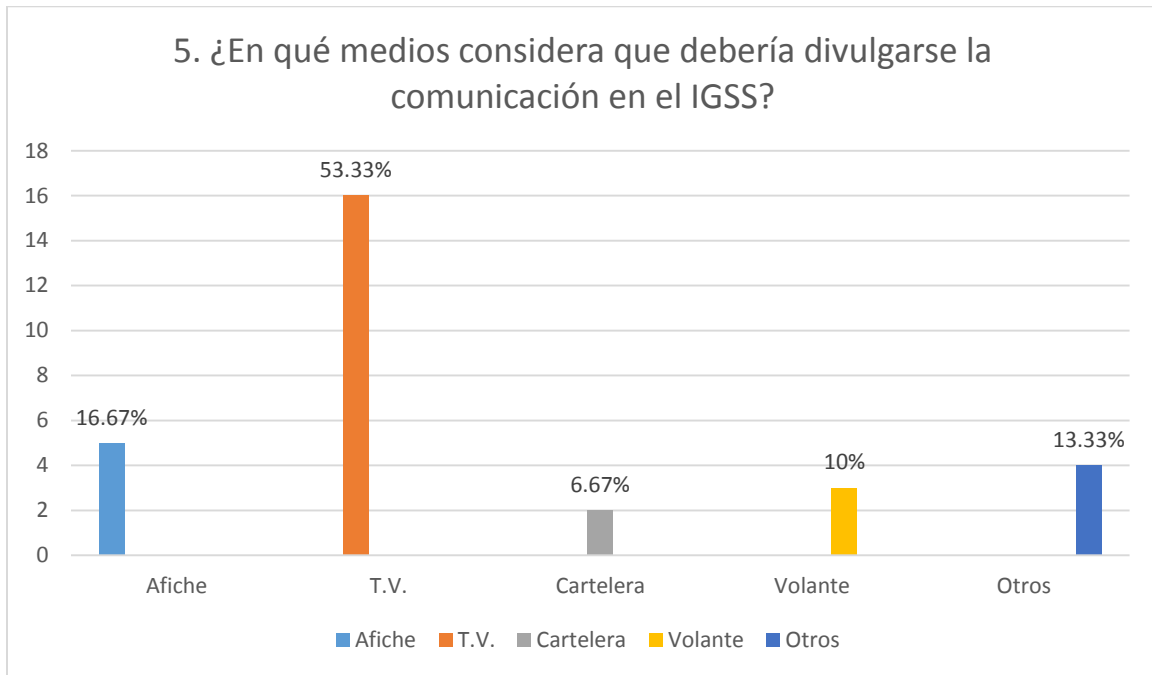
Gráfica #6



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

Dado que la comunicación del IGSS no fue observada en su totalidad como deficiente y de interés para el G.O., han dado la crítica de que el Departamento de Comunicación Social del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social puede tener una mejora e incrementar su avance con ayuda de varios aspectos comunicacionales, a excepción de un 3.33% hace énfasis de que la comunicación dentro del Instituto no puede mejorar.

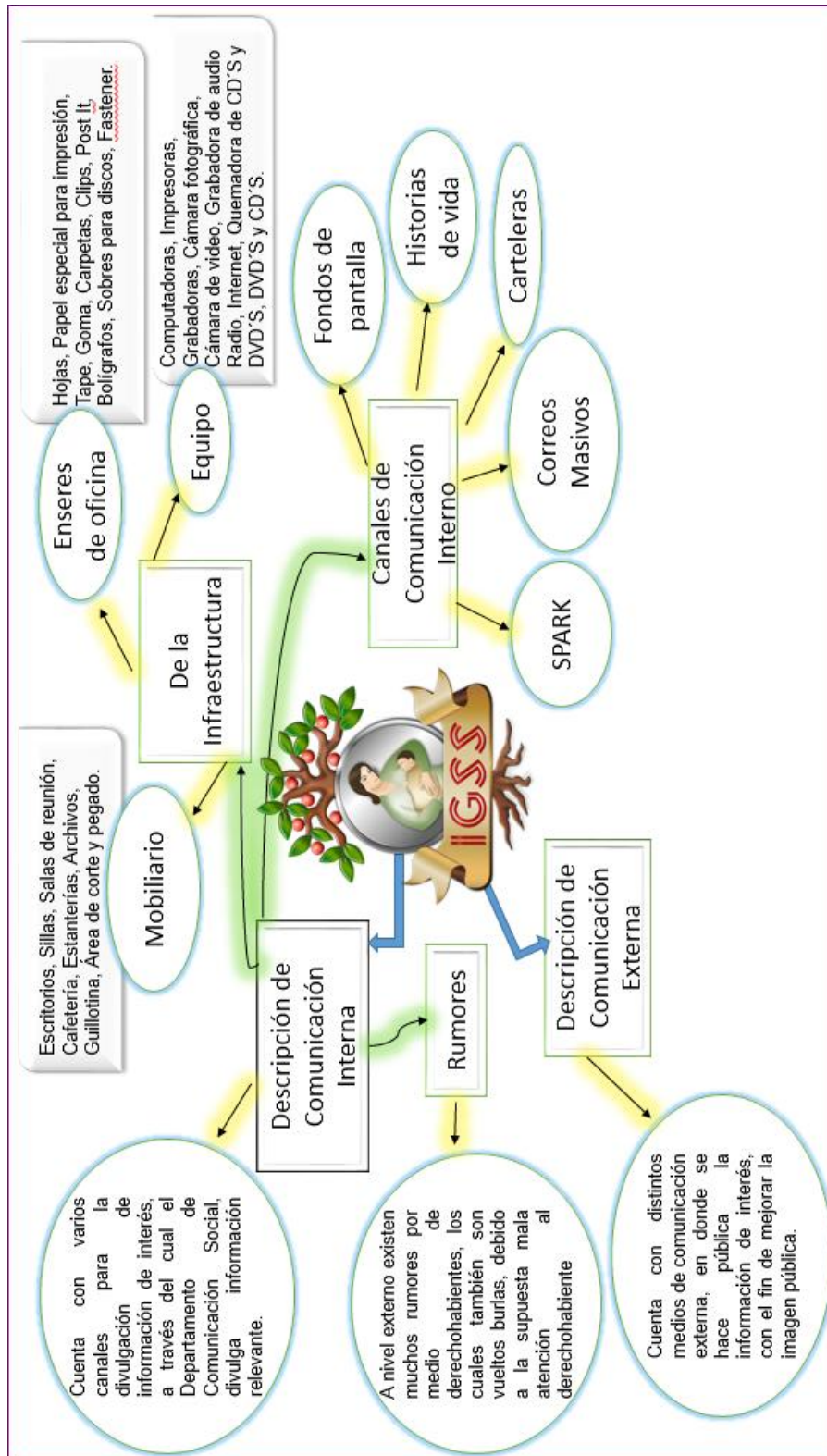
Gráfica #7



Fuente: López, Mónica; Rojas, Edgar. Guatemala 24 de febrero de 2014.

Los derechohabientes, trabajadores administrativos y médicos han hecho constar que la comunicación dentro de la policlínica del IGSS ubicado en la zona 1 capitalina, es buena aunque le hace falta abarcar más temas informativos para el mejoramiento de la comunicación interna y externa de dicha unidad, dando su crítica en usar medios alternativos a los usuales para tener mayor cobertura y estén mejor conectados entre unidades y con los derechohabientes, colocando la T.V. como el canal más importante para dicho mejoramiento con un 53.33%, siguiéndole los medios como: afiche 16.67%, volante 10%, cartelera 6.67% y otros medios 13.33% (radio, internet, correos directos, etc.).

## 6. Radiografía de la Institución



## 6.1 El POA del Año

### I. Orientaciones estratégicas del POA:

La orientación estratégica será la misma para todas las dependencias del Instituto, por lo que no se debe plantear misión, visión y objetivos estratégicos propios de la dependencia.

#### MISIÓN DEL POA

:

“Proteger a nuestra población asegurada, contra la pérdida o deterioro de la salud y del sustento económico, debido a las contingencias establecidas en la ley; administrando los recursos en forma adecuada y transparente”.

#### VISIÓN DEL POA

“Ser la institución moderna de Seguro Social, caracterizada por su permanente crecimiento y desarrollo, que cubre a la población que por mandato legal le corresponde, así como por su solidez financiera, excelente calidad de sus prestaciones con eficiencia y transparencia de su gestión”.

#### OBJETIVOS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS DEL POA:

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADOR DE ÉXITO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
Ampliación de Cobertura	Crecimiento anual de la afiliación por arriba del 3%	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Completar la cobertura de los trabajadores del sector formal faltante</li><li>▪ Definir programas de cobertura a colectivos informales y/o trabajadores independientes</li></ul>

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADOR DE ÉXITO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
Solidez Financiera	Mantener el índice de solidez financiera de EMA arriba de 1.04 y de 1.02 para IVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestionar y controlar la recaudación y mora</li> <li>▪ Incremento sostenido del portafolio de inversiones</li> <li>▪ Racionalidad y calidad del gasto</li> <li>▪ Mantener el coeficiente de solidez de los Programas EMA e IVS</li> </ul>
Prestaciones de Calidad	El 90% de los derechohabientes están satisfechos con los servicios recibidos de los programas EMA e IVS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fortalecer la capacidad resolutive institucional</li> <li>▪ Contratar bienes y servicios para complementar la capacidad resolutive institucional</li> <li>▪ Aplicar estándares de calidad</li> </ul>
Eficiencia, transparencia y Control	Implementación de la reorganización administrativa y funcional en un 100%	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sistematizar y modernizar los controles en los procesos de trabajo</li> <li>▪ Realizar la reorganización administrativa y funcional del Instituto</li> <li>▪ Establecer un sistema de supervisión que garantice la calidad de los servicios</li> </ul>
Crecimiento y desarrollo institucional	Bases de datos y registros garantizan la confiabilidad de la	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Invertir en infraestructura y equipamiento</li> <li>▪ Desarrollar e institucionalizar las herramientas informáticas</li> </ul>

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	INDICADOR DE ÉXITO	ACCIÓN ESTRATÉGICA
	<p>información en 90%</p> <p>90% de los trabajadores se han apropiado y participan en el proceso de cambio institucional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Desarrollar integralmente al recurso humano</li> <li>▪ Aprovechar la asistencia técnica nacional e internacional</li> </ul>

Aunado a lo anterior se dará énfasis al incremento de la afiliación, la mejora en la calidad de los servicios y la dignificación del trabajador, como ejes estratégicos de la actual administración.

## II. Orientaciones Operativas del POA:

### a. Objetivos Operativos del POA

Nuestro departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas busca mejorar la Imagen Institucional, generando confianza en la población en general.

#### Planteamiento del POA:

Llegar a nuestros diferentes públicos a través de:

Informar y comunicar:

- Transmitir la satisfacción de afiliados agradecidos con el Instituto
- Avances, modernización y cobertura
- Mejores servicios
- Optimización de Recursos Financieros: transparencia

- Modernización de sistemas electrónicos

Sensibilizar:

Crear conciencia entre la población en general en forma segmentada, llegando principalmente a la población afiliada y opinión pública a través del circuito cerrado disponible en las diferentes dependencias del Instituto, proyectando historias sobre casos especiales y trascendentales atendidos por el Instituto.

Asimismo llegar a las empresas para informar a los derechohabientes y patronos sobre sus derechos y obligaciones con el Seguro Social.

Continuar apoyando al afiliado a través de la atención del correo electrónico institucional y atención telefónica sobre comentarios, quejas y sugerencias dándoles el seguimiento correspondiente y hacer llegar al afiliado las respuestas y soluciones.

- Provocar sensibilización entre la población afiliada generando confianza en los servicios de la seguridad social.
- Identificar, denunciar y evitar malas prácticas que afectan el cumplimiento de sus derechos.
- Desarrollar actitudes en derechohabientes para fortalecer el ejercicio de conocimiento general del seguro social.
- Promover y difundir los derechos y obligaciones de patronos y trabajadores para que quede grabada en su mente una imagen positiva del seguro social.
- Elaboración y ejecución de Plan de Visita a Empresas con charlas informativas para comunicar los derechos, beneficios y obligaciones tanto de empleadores como empleados.
- Elaboración y ejecución de un Plan de Visita a Medios de Comunicación para crear un acercamiento con los directivos de estas instituciones con

el fin de mejorar la comunicación directa con el medio y mejorar la opinión pública.

- Provocar identificación:

Se busca aumentar el posicionamiento del Instituto como tal en sus diferentes usuarios: Afiliados, Empleadores y Pensionados. Así como lograr a través de una estrategia de mercadeo interno un efectivo empoderamiento en los trabajadores (cliente interno y sus autoridades).

Crear una imagen visual unificada del Instituto sobre todos los aspectos físicos (materiales, documentación interna y externa, infraestructura, etc.) en trabajadores, público en general y derechohabientes.

- b. Actividades / acciones concretas que aseguren alcanzar los productos y los objetivos operativos planteados
  - Elaboración y publicación en el sitio WEB del Boletín.
  - Desarrollo de estrategias de comunicación, mercadológicas y publicitarias.
  - Elaboración de campaña de comunicación Institucional.
  - Elaboración de campaña de comunicación interna para crear empoderamiento (cliente interno).
  - Elaboración de campañas de comunicación segmentada a grupos específicos de nuestro mercado objetivo, con el interés de comunicar beneficios e impulsar los diferentes programas del Instituto.
  - Utilización de medios masivos (prensa, radio, televisión y digitales) en las diferentes campañas, según el objetivo.
  - Creación e implementación de una Red de Comunicación Institucional (Página WEB, correo institucional, redes sociales, chat online y otros medios de comunicación).
  - Elabora, tramitar la aprobación y divulgar el manual de consistencia gráfica del Instituto.



## 6.2 Campañas Realizadas

El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social ha realizado las siguientes campañas:

- Planilla Electrónica año 2013-2014
- Campañas de prevención
  - Caravana del Zorro año 2014
  - Semana Santa año 2013
- Campaña interna de transparencia 2014

## 6.3 El Plan Estratégico que se está ejecutando

A continuación se presenta un conjunto de estrategias que se están llevando a cabo actualmente:

- Desarrollo de campañas de salud preventiva
- Mantenimiento de campaña de transparencia
- Comunicación puntual y veraz por medio de comunicados de prensa, conferencias de prensa, pauta en medios de comunicación, sitio WEB, redes sociales.
- Comunicación directa con representantes de los sectores directamente involucrados en el desarrollo de la Seguridad Social.

## 6.4 El Plan Estratégico que se va ejecutar

- Elaboración y publicación en el sitio WEB del Boletigss.
- Desarrollo de estrategias de comunicación, mercadológicas y publicitarias.
- Elaboración de campaña de comunicación Institucional.
- Elaboración de campaña de comunicación interna para crear empoderamiento (cliente interno).

- Elaboración de campañas de comunicación segmentada a grupos específicos de nuestro mercado objetivo, con el interés de comunicar beneficios e impulsar los diferentes programas del Instituto.
- Utilización de medios masivos (prensa, radio, televisión y digitales) en las diferentes campañas, según el objetivo.
- Creación e implementación de una Red de Comunicación Institucional (Página WEB, correo institucional, redes sociales, chat online y otros medios de comunicación).
- Elabora, tramitar la aprobación y divulgar el manual de consistencia gráfica del Instituto.

## CAPITULO II

### INTRODUCCIÓN

#### 2.1 Antecedentes

##### Radiografía de la Institución

#### 2.2 Objetivos

##### 2.2.1 Objetivo General

##### 2.2.2 Objetivos Específicos

#### 2.3 Público Objetivo

#### 2.4 Mensaje

#### 2.5 Estrategia

#### 2.6 Los planes de comunicación

##### 2.6.1 Comunicación Corporativa

##### 2.6.2 Comunicación Externa

##### 2.6.3 Comunicación Interna

##### 2.6.4 Comunicación de Crisis

##### 2.6.5 RRPP y gestión de medios

#### 2.7 Calendario

#### 2.9 Presupuesto

#### 2.9 Control y seguimiento (Evaluación)

## CAPITULO II

### INTRODUCCIÓN

El Presente Plan de Comunicación está estructurado y se realizó en función de las necesidades en términos de comunicación que tiene el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-.

Para ello se realizó un diagnostico en el Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas del –IGSS-

Utilizando distintas herramientas para la recopilación y el análisis de datos se estudió la percepción que tienen tanto derechohabientes como colaboradores acerca de la institución.

Todo esto con el fin de contar con información que nos brinde una imagen clara y certera de la institución en términos de comunicación y que a través de la implementación del presente Plan de Comunicación se derive en beneficio del Instituto.

## 2.1 Antecedentes

El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS- es una institución autónoma de la República de Guatemala, cuya misión es “Proteger a la población asegurada contra la pérdida o deterioro de la salud y del sustento económico debido a las contingencias establecidas en la ley; administrando los recursos en forma adecuada y transparente “

*Consultado el día 18 de marzo de 2014 de la World Wide Web: <http://www.igssqt.org/#>*

A la fecha el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS-, cuenta con un aproximado de 1.4 millones de afiliados y 3.5 millones de derechohabientes.

Sus casi 15 mil empleados están distribuidos en las más de 110 unidades alrededor el país

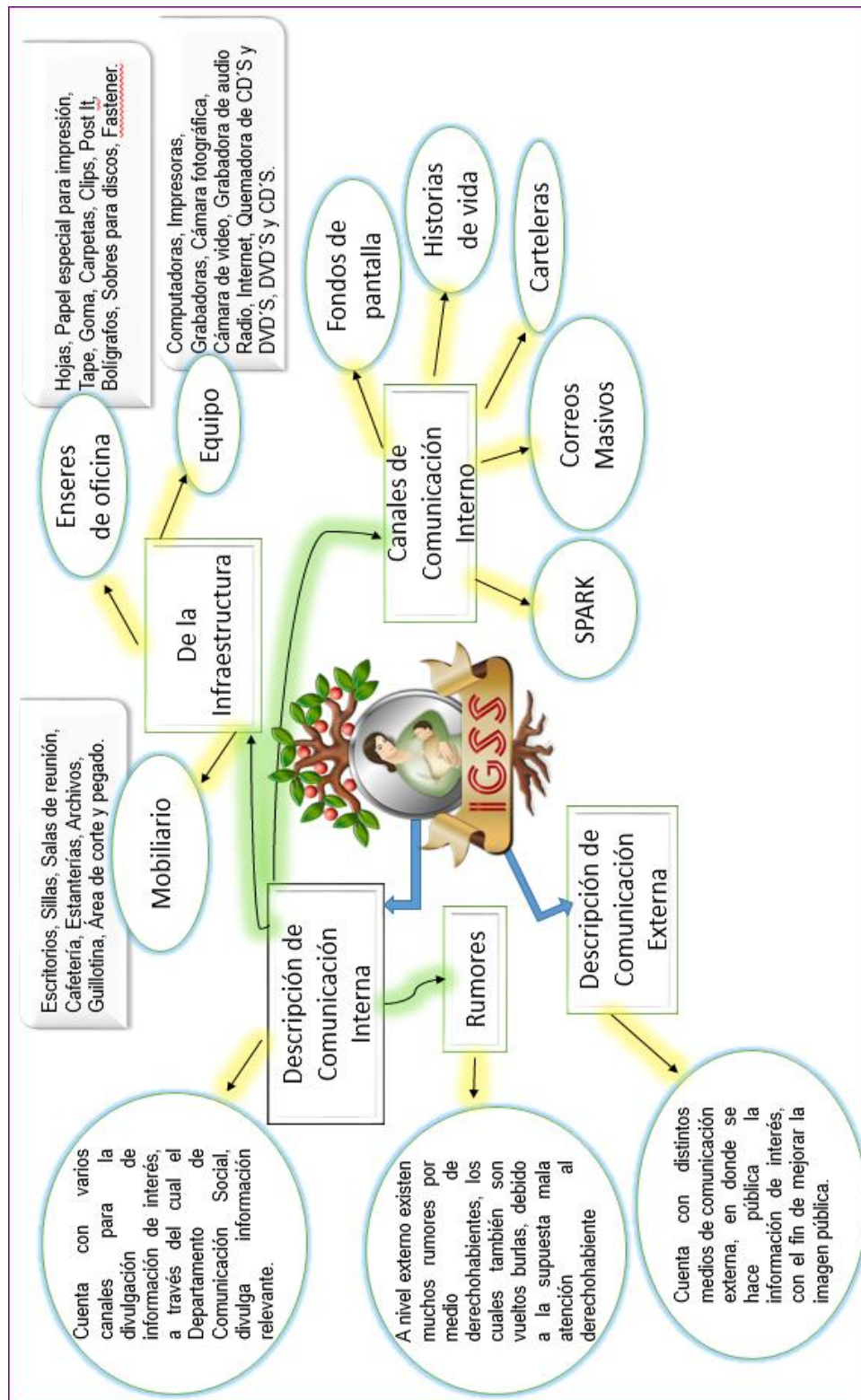
*Consultado el día 15 de abril de 201, Departamento de Actuarial y Estadística-IGSS-*

Tras casi 68 años de su fundación su comunicación no ha sido asertiva, ya que en los últimos años ha adoptado una postura de aislamiento ante el escrutinio de la prensa y no ha comunicado de una manera eficiente los beneficios de la Seguridad Social, por lo que la percepción de la población afiliada sobre el IGSS es negativa en su mayoría pese a realizar una loable labor.

En términos de comunicación se han realizado dos campañas en materia de prevención una para la Caravana del Zorro y la otra por la semana Santa.

En lo que se refiere acerca de servicios se realizó una campaña que a la fecha está vigente sobre la obligatoriedad de los patronos a adherirse a la Planilla Electrónica.

# Radiografía de la Institución



## 2.2 Objetivos

### 2.2.1 Objetivo General

Mejorar la percepción de los derechohabientes y colaboradores sobre el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, –IGSS–

### 2.2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar campañas de comunicación enfocadas en Salud preventiva
- Generación de materiales de interés para los derechohabientes
- Elaborar campañas de comunicación para dar a conocer los diferentes programas del IGSS y sus beneficios
- Fomentar un sentido de pertenencia sobre colaboradores acerca de la institución.

## 2.3 Público Objetivo

Dado a que es importante definir el target para el mejoramiento de la institución, se dividirá en:

Demográficos: Guatemaltecos y Guatemaltecas de 18 a 93 años, residentes de cualquier parte de la República que estén inscritos al Régimen de Seguridad Social

Socioeconómicos: Afiliados, pensionados y derechohabientes y colaboradores del IGSS.

Afiliados: Hombres y mujeres mayores de edad, que estén laborando en una empresa registrada como patrono en IGSS y que por consiguiente estén inscritos al régimen de Seguridad Social.

Patronos: Hombres y mujeres mayores de edad, que cuenten con una empresa propia y que estén inscritos como patronos en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-

Derechohabientes: Hombres y mujeres que sean beneficiarios al régimen de seguridad social (esposas de afiliados, pensionados).

Colaboradores: Hombres y mujeres de 18 años en adelante que trabajen para el IGSS.

## 2.4 Mensaje

Ante la mala percepción que se tiene sobre la institución el mensaje que se le quiere transmitir a la población que es que esta no es esa institución indiferente a



las necesidades de los afiliados, es una institución que **está cambiando para mejorar**, el mensaje a transmitir es **CAMBIO**.

## 2.5 Estrategia

Las estrategias a realizar, son la parte medular del presente Plan de Comunicación. Tienen como fin el desarrollo positivo en términos de comunicación para que el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-, cuente con una imagen y percepción positiva ante sus afiliados y colaboradores.

## 2.6 Los planes de comunicación

### 2.6.1 Comunicación Corporativa

#### Estrategia:

Elaboración de campaña de comunicación Institucional.

#### Acciones:

- Desarrollo campaña de comunicación externa informando en que consiste el régimen de Seguridad Social y sus servicios. A través de medios de comunicación.

### 2.6.2 Comunicación Externa

#### \*Estrategia:

Implementación de las Redes Sociales, BTL'S en la Generación de campañas de Salud Preventiva y fechas relevantes respecto a temas de salud o de interés para los afiliados:

- Día mundial del asma
- Día nacional de la Epilepsia
- Día Nacional de la Nutrición
- Día Internacional por la salud de las mujeres
- Día Mundial sin Tabaco

- Día Mundial del Donante de Sangre
- Enfermedades estacionarias

Acciones:

- Generar materiales gráficos y audiovisuales en materia de salud preventiva para que a través de las redes sociales carteleras y circuitos cerrados se puedan comunicar de una manera inmediata y eficiente.
- Elaborar mini capsulas audiovisuales y material gráfico para la conmemoración de fechas relevantes en materia de salud o de interés nacional.

*\*Estrategia que realizada por el epeista.*

➤ Día Mundial del Donante de Sangre

Dona sangre para quienes dan vida, sangre segura para una maternidad segura.

“La principal causa de muerte materna es debido a hemorragias, antes, durante o después del parto, la vida depende de la disponibilidad de unidades de sangre”.

Fecha y hora de la jornada de donación y cierre institucional, IGSS  
¡Cambiando siempre para mejorar!



**Propuesta:** *Día mundial del donante de sangre*

➤ Día Nacional de la Epilepsia

Cómo ayudar en caso de crisis:

- Retire los objetos con los que puede lesionarse la persona
- Voltee la cabeza del afectado hacia un lado y colóquelo de costado
- No le ofrezca nada de beber o comer después de una crisis

Quien padece epilepsia puede llegar a tener problemas de relaciones personales y de integración social. Comprender esta enfermedad y tratar a las personas epilépticas ayudará a que no sean discriminadas.

**24 MAYO** Día Nacional de la Epilepsia

Cómo ayudar en caso de una crisis.

- Retire los **objetos** con los que pueda lesionarse la persona.
- Voltee la cabeza del afectado hacia un lado y colóquelo de costado para evitar que se ahogue.
- No le ofrezca nada de beber o comer después de una crisis.

Quien padece epilepsia puede llegar a tener **problemas de relaciones personales y de integración social.**

Comprender esta enfermedad y tratar a las personas epilépticas ayudará a que no sean discriminadas.

**Propuesta: Día nacional de la Epilepsia**

➤ Día Mundial sin Tabaco

El tabaco es la segunda principal causa de mortalidad en el mundo

Fumar aumenta el riesgo de desarrollar varios tipos de cáncer, entre ellos:

- Pulmón
- Lengua
- Labio
- Esófago
- 

El tabaco incide en problemas de salud

- Bronquitis
- Enfisema pulmonar
- Problemas durante el embarazo.



**Propuesta:** *Día mundial sin tabaco*

Estrategia:

Elaboración de campañas de comunicación según nuestro grupo objetivo (Afiliados, patronos, derechohabientes) para generar material según los diferentes programas del Instituto.

Acciones:

- Generar campañas de comunicación enfocadas específicamente para Afiliados, Patronos, Pensionados y beneficiarios, donde se den a conocer sus beneficios, derechos obligaciones, según programas
- Enfermedad Maternidad y Accidentes (EMA)
- Invalidez, Vejez y Supervivencia (IVS)
- Programa de Protección para Trabajadora de Casa Particular (Precapi)
- Programa de Incorporación Plena de la Niñez y la Adolescencia (IPLANA)

Estrategia:

Implementación canal informativo del IGSS (circuitos cerrados).

Acciones:

- Creación de circuitos cerrados dentro de las distintas dependencias del IGSS.
- Utilizar el circuito cerrado donde se comunicara noticias y notas de interés para los derechohabientes.
  - Cápsulas informativos
  - Consejos de prevención
  - Fechas conmemorativas
  - Información sobre programas

### 2.6.3 Comunicación Interna

Estrategia:

Campaña de revalorización del recurso humano.

Acciones:

- Elaboración de material gráfico.
- Las piezas buscaran generar un sentimiento de pertenencia y compromiso de los colaboradores hacía la institución.

2.6.4 Comunicación de Crisis

Estrategia:

Elaboración de manual de crisis y protocolo de atención a medios de comunicación.

Acciones:

- Con la elaboración del manual se busca tener los lineamientos de cómo responder ante las distintas crisis, así mismo para poder tener un mejor manejo de la prensa se necesita contar con un protocolo de atención a los medios de comunicación cuando soliciten información o requieran declaraciones, o busquen la postura de la institución respecto a un tema en particular.

<b>Contenido</b>
<b>Antecedentes</b>
<b>Justificación</b>
<b>Objetivo General</b>
<b>Objetivos Específicos</b>
<b>Atención a medios de comunicación</b>
<b>Postura</b>
<b>Relación de Unidades Médicas con la prensa</b>
<b>Declaraciones</b>
<b>Perfil del Vocero Institucional</b>
<b>Atribuciones del Vocero Institucional</b>
<b>Área de Prensa</b>
<b>Temas de interés</b>

## 2.6.5 RRPP y gestión de medios

### Estrategia:

Generar noticias positivas acerca del trabajo que realiza la institución y del impacto positivo que tiene en la sociedad guatemalteca. A través de generación de notas, On TV, capsulas publicadas en los medios de comunicación, sitio WEB, redes sociales.

### Acciones:

- Promocionar y compartir casos médicos positivos a través de redes sociales y medios de comunicación para la mejora de la imagen de la institución a través de las redes sociales, circuitos cerrados de TV y medios de comunicación en segmentos de salud.
- Cápsulas médicas sobre operaciones
- Embarazos de alto riesgo
- Trasplantes de riñón
- Prótesis y rehabilitación



## 2.7 Calendario

ACTIVIDADES		RESPONSABLE	PERIODO DE TIEMPO/SEMANAS																
No. Descripción			MAYO					JUNIO					JULIO						
			1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3				
1	Inicio de Practica (300hrs)	Edgar Rojas	█																
2	Presentación de propuesta.		█																
3	Análisis			█	█														
4	Aprobación de propuesta					█													
5	Creación de concepto de campañas					█													
6	Generación de materiales					█	█	█											
7	Arte final, editado e impresión							█											
8	Lanzamiento								█	█	█								
9	Observación de impacto											█	█	█	█				
10	Finalización de practica (300hrs)																	█	

## 2.8 Presupuesto

Para el desarrollo del Plan de Comunicación se tiene contemplado un presupuesto de Q.75, 000.00

<b>Descripción</b>	<b>Monto</b>	<b>Concepto</b>
<b>Diseño de materiales</b>	Q.8,000.00	Afiches, roll up, fondo de pantalla, materiales para Social Media.
<b>Capsulas de video</b>	Q.5,000.00	Toma de video, edición y generación de material audiovisual para circuito cerrado y redes sociales.
<b>Impresión de materiales</b>	Q.32,00.00	Impresión de afiches y roll up
<b>Servicios profesionales</b>	Q.30,000.00	Desarrollo de estrategia
<b>Inversión Total</b>	<b>Q.75,000.00</b>	

## 2.9 Control y seguimiento (Evaluación)

Es de vital importancia poder contar con una evaluación en todas las fases para poder delimitar cual es el impacto de las estrategias a ejecutar para el alcance de los objetivos.

Control: Se tiene establecido que se realizara la publicación en redes sociales y la colocación de los materiales en el caso de afiches y capsulas de video días antes de la fecha para penetrar y generar más impacto en el grupo objetivo.

Durante la ejecución de la estrategia se monitoreara el impacto que generen los materiales en redes sociales así como los materiales colocados y difundidos en las distintas unidades médicas.

Twitter: permite visualizar la cantidad de veces en las que ha sido retwitteado, marcado como favorito o compartido la publicación, así mismo también se puede hacer un análisis sobre el incremento de seguidores posterior a la publicación.

Facebook: a través de la administración de la Fan Page, podemos administrar las publicaciones de mejor manera, aunado a esto la plataforma cuenta con una serie de herramientas estadísticas para analizar el alcance de nuestras publicaciones y el análisis de las mismas en cuanto a impacto (cantidad de personas que lo han visto, compartido).

## CAPITULO III

### Ejecución del Plan de Comunicación

#### 3. Informe descriptivo

##### 3.1 Concepto

##### 3.2 Día del Asma

##### 3.3 Día Nacional de la Epilepsia

##### 3.4 Día Nacional de la Nutrición

##### 3.5 Día Internacional por la Salud de las Mujeres

##### 3.6 Día Mundial sin Tabaco

##### 3.7 Día Mundial del Donante de Sangre

##### 3.8 Virus de Chikungunya

## CAPITULO III

### Ejecución del Plan de Comunicación

#### 3. Informe descriptivo

##### 3.1 Concepto

Se realizaron, distintos materiales gráficos y audiovisuales para los siguientes temas:

##### 3.2 Día del Asma

Generación de Afiches y material audiovisual

Texto: El asma es una condición crónica o aguda que se manifiesta como una reacción hiperactiva de los conductos bronquiales ante ciertos alérgenos e irritantes.

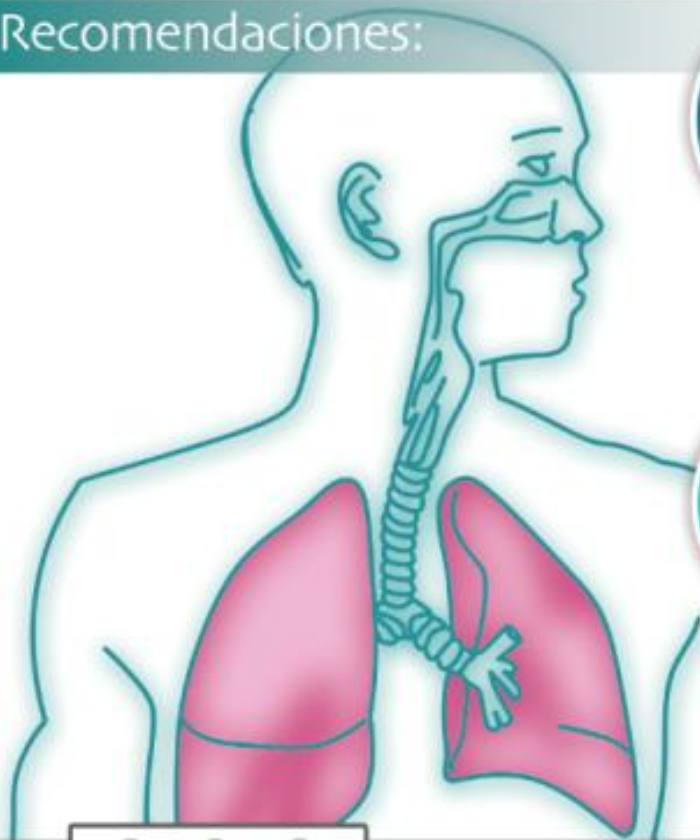
Recomendaciones:

- Consuma alimentos naturales y evite los colorantes.
- Sacuda frecuentemente la ropa de cama.
- No mantenga animales dentro de la casa.
- No ingiera líquidos en exceso por las noches.

# 6 Mayo Día Mundial del Asma

El asma es una condición crónica o aguda que se manifiesta como una reacción hiperactiva de los conductos bronquiales ante ciertos alérgenos e irritantes.

## Recomendaciones:



Consuma alimentos naturales y evite los colorantes.

Sacuda frecuentemente la ropa de cama.

No mantenga animales dentro de la casa.

No ingiera líquidos en exceso por las noches.



#1. Afiche "Día Mundial del Asma"



#2. Video “Día Mundial del Asma”

Recomendaciones para quienes padecen asma.

### 3.3 Día Nacional de la Epilepsia

Texto: Cómo ayudar en caso de crisis:

- Retire los objetos con los que puede lesionarse la persona
  - Voltee la cabeza del afectado hacia un lado y colóquelo de costado
  - No le ofrezca nada de beber o comer después de una crisis
- Quien padece epilepsia puede llegar a tener problemas de relaciones personales y de integración social.

Comprender está enfermedad y tratar a las personas epilépticas ayudará a que no sean discriminadas.



**24**  
**MAYO**

## Día Nacional de la Epilepsia

Cómo ayudar en **caso de una crisis.**



**Retire los objetos** con los que pueda lesionarse la persona.

**Voltee la cabeza del afectado hacia un lado y colóquelo de costado** para evitar que se ahogue.

**No le ofrezca nada de beber o comer** después de una crisis.

Quien padece epilepsia puede llegar a tener **problemas de relaciones personales y de integración social.**

**Comprender esta enfermedad y tratar a las personas epilépticas** ayudará a que no sean discriminadas.



Instituto Guatemalteco de Seguridad Social



**IGSS** @IGSSGT - 24 de may.

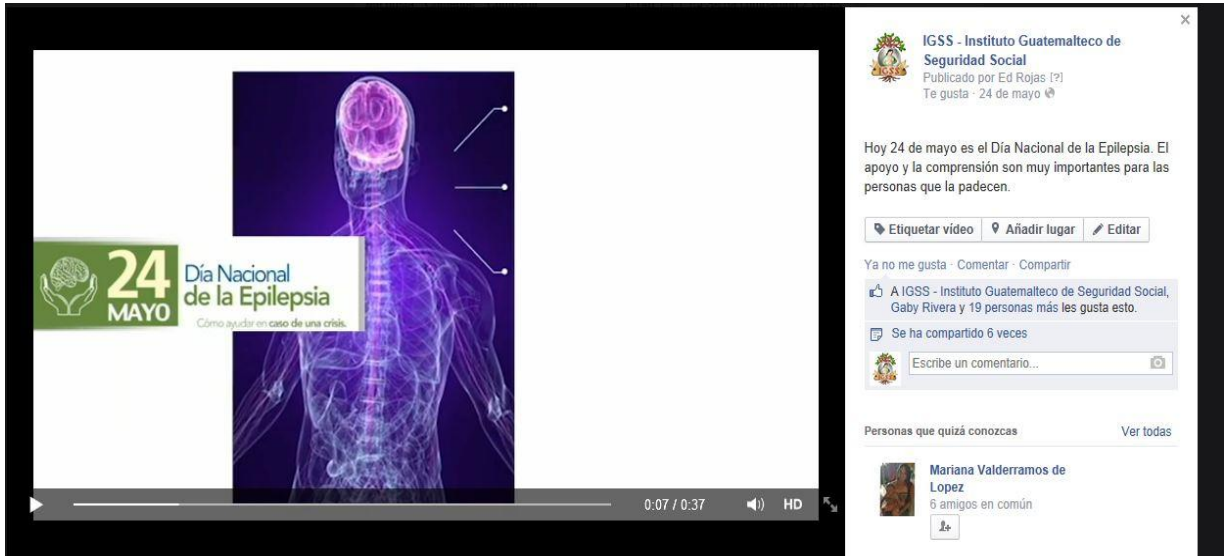
Hoy 24 de Mayo, es el Día Nacional de la Epilepsia. El apoyo es importante para las personas que la padecen. [pic.twitter.com/h7SEwUwHOh](https://pic.twitter.com/h7SEwUwHOh)

← Responder 🗑 Eliminar ★ Favorito

Reportar archivo

#3. Afiche Día Nacional de la Epilepsia  
Impresión y volante en Twitter.





#### #4. Video Día Nacional de la **Epilepsia**

Video sobre la epilepsia el factor social y como ayudar en caso de que se presente una crisis.

#### 3.4 Día Nacional de la Nutrición

Texto:

- El desayuno es la comida más importante del día.
- Consuma frutas en lugar de postres.
- Aumente el consumo de granos enteros.



# 28 Día Nacional de la Mayo Nutrición



El desayuno es la comida más importante del día



Consuma frutas en lugar de postres



Aumente el consumo de granos enteros

#5 Afiche Día Nacional de la Nutrición

882 personas alcanzadas Promocionar publicación

**IGSS - Instituto Guatemalteco de Seguridad Social**  
Publicado por Ed Rojas [?] - 28 de mayo

Hoy 28 de mayo, se celebra el Día Nacional de la Nutrición, una dieta balanceada, mejora la calidad de vida.



Me gusta · Comentar · Compartir 40 1 Se ha compartido 2 veces

1140 personas alcanzadas Promocionar publicación

**29**  
"Me gusta" de la página

**1 306**  
Alcance de la publicación

**NO LEÍDAS**

**5**  
Notificaciones

**203**  
Mensajes

Reciente

- 2014
- 2013
- 2012
- 2011
- 2010

### #6 Video Día Nacional de la Nutrición

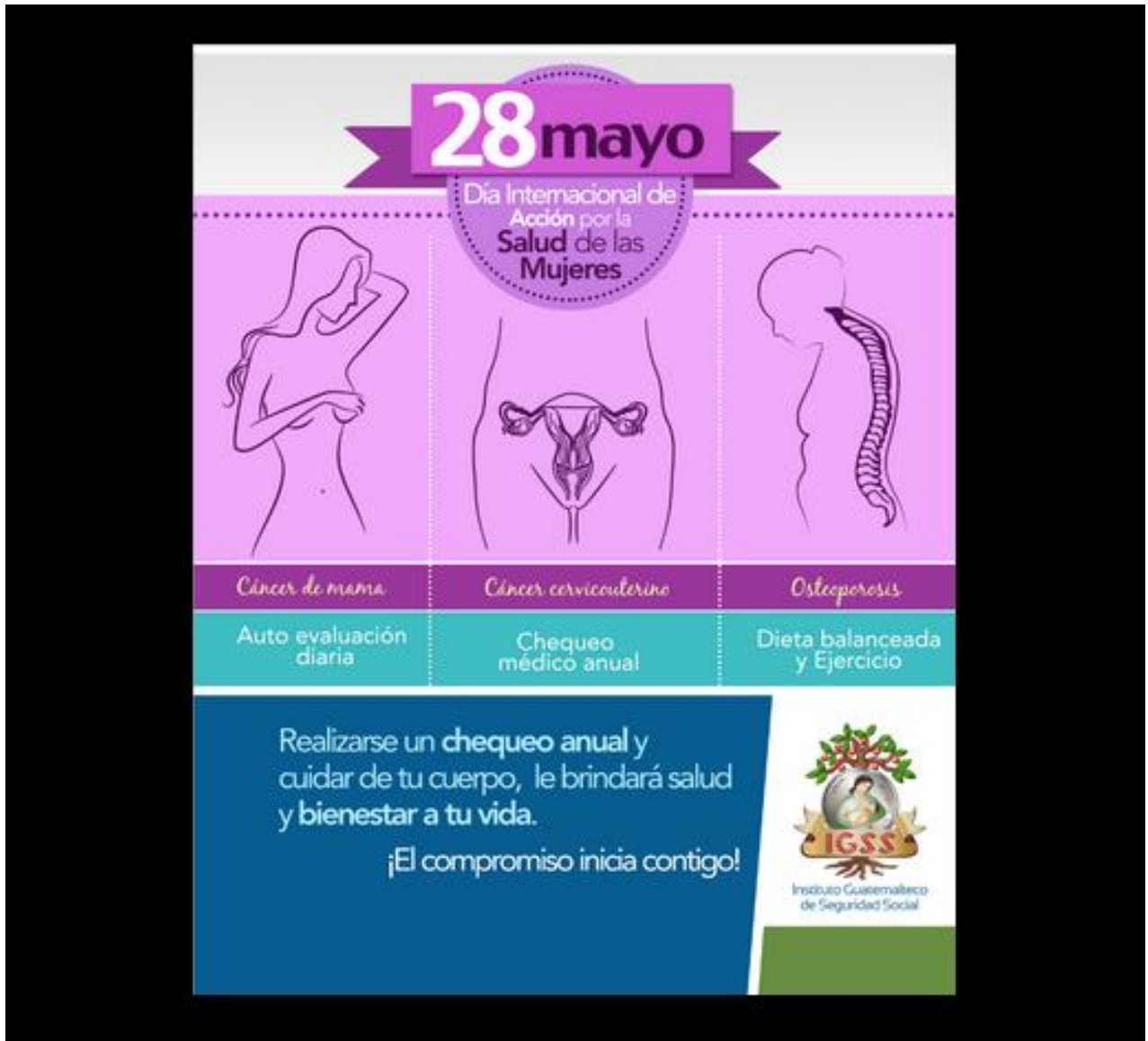
Nutricionista dando consejos sobre la ingesta de alimentos y recomendaciones para comer sanamente.

### 3.5 Día Internacional por la Salud de las Mujeres

Texto: Realizarse un chequeo anual y cuidar tu cuerpo, le brindará salud y bienestar a tu vida.

¡El Compromiso inicia contigo!

Principales enfermedades en la mujer: Cáncer de mama, Cáncer cervicouterino y Osteoporosis.



**IGSS** @IGSSGT - 28 de may.

Hoy 28 de mayo, se celebra el Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres. [pic.twitter.com/USnHGS3H9C](https://pic.twitter.com/USnHGS3H9C)

← Responder 🗑 Eliminar ★ Favorito

Reportar archivo

#7 Afiche y volante web para Twitter

 **IGSS - Instituto Guatemalteco de Seguridad Social**  
Publicado por Ed Rojas [?] · 28 de mayo

Hoy 28 de mayo, Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres.



Ya no me gusta · Comentar · Compartir 👍 25 🗨️ Se ha compartido 1 vez

882 personas alcanzadas [Promocionar publicación](#)

### #8 Video Día Internacional de Acción por la Salud de las Mujeres

#### 3.6 Día Mundial sin Tabaco

Texto: El tabaco es la segunda causa de mortalidad en el mundo. Fumar tabaco incrementa el riesgo de desarrollar varios tipos de cáncer entre ellos:

- Pulmón
- Labios
- Lengua
- Esófago

El tabaco incide en problemas de salud: Bronquitis, Enfisema pulmonar y problemas durante el embarazo.

31  
MAYO

# Día Mundial SIN tabaco



El tabaco es la segunda causa de mortalidad en el mundo.

Fumar tabaco incrementa el riesgo de desarrollar varios tipos de **cáncer**, entre ellos:

- Pulmón
- Labios
- Lengua
- Esófago

El tabaco incide en **problemas de salud**:

- Bronquitis
- Enfisema pulmonar
- Problemas durante el embarazo



Instituto Guatemalteco  
de Seguridad Social

#9 Afiche Día Mundial sin Tabaco.

 **IGSS - Instituto Guatemalteco de Seguridad Social**  
Publicado por Ed Rojas [?] · 31 de mayo

Hoy 31 de mayo se celebra el Día Mundial sin Tabaco,



1:26

Ya no me gusta · Comentar · Compartir    44   2   Se ha compartido 3 veces

1391 personas alcanzadas    [Promocionar publicación](#)

### #10 Video Día Mundial sin Tabaco

#### 3.7 Día Mundial del Donante de Sangre

Texto: Dona sangre para la que dan vida. Sangre segura para una maternidad segura. 14 de junio Día Mundial del Donante de Sangre.

El IGSS, te invita a la jornada de donación de Sangre/ Sábado 14 de Junio de 9 am. A 3 pm, en la Plaza de la Constitución.

Se generaron materiales con los mensajes siguientes:

- La donación de sangre es un acto de generosidad a través del cual se salva la vida o se ayuda a la recuperación de la salud de las personas que lo necesiten.
- Con una donación de sangre se puede ayudar hasta tres personas y en caso de recién nacidos hasta cinco.
- La principal causa de muerte materna es debido a hemorragias, antes durante o después del parto, la vida depende de la disponibilidad de unidades de sangre.
- Los recién nacidos pueden requerir transfusiones por diversas causas como anemia grave, malnutrición, prematuros con bajo peso o por procedimientos quirúrgicos.





# Dona sangre para las que dan vida

Sangre segura para una maternidad segura

14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre



La donación de sangre es un acto de generosidad a través del cual se salva una vida o se ayuda a la recuperación de la salud de las personas que lo necesiten.

El IGSS, te invita a la jornada  
de donación de sangre

**Sábado 14 de junio,**  
de 9 a. m. a 3:00 p. m.,  
Plaza de la Constitución.



**IGSS** ¡Cambiando,  
siempre para mejorar!



#11 Afiche volante web redes sociales



# Dona sangre para las que dan vida

Sangre segura para una maternidad segura

14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre



La principal causa de muerte materna es debido a hemorragias, antes, durante o después del parto, la vida depende de la disponibilidad de unidades de sangre.

El IGSS, te invita a la jornada  
de donación de sangre

**Sábado 14 de junio,**  
de 9 a. m. a 3:00 p. m.,  
Plaza de la Constitución.



**IGSS** ¡Cambiando,  
siempre para mejorar!



#12 Afiche, volante web para redes sociales

**Dona sangre  
para las que dan vida**  
Sangre segura para una maternidad segura  
14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre

Con una donación de sangre se puede ayudar hasta tres personas y en caso de recién nacidos hasta cinco.

El IGSS, te invita a la jornada de donación de sangre

**Sábado 14 de junio,**  
de 9 a. m. a 3:00 p. m.,  
Plaza de la Constitución.



**IGSS** ¡Cambiando,  
siempre para mejorar!



#13 afiche, volante web redes sociales



# Dona sangre para las que dan vida

Sangre segura para una maternidad segura

14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre



Los recién nacidos pueden requerir transfusiones por diversas causas como anemia grave, malnutrición, prematuros con bajo peso o por procedimientos quirúrgicos.

El IGSS, te invita a la jornada  
de donación de sangre

**Sábado 14 de junio,**  
de 9 a. m. a 3:00 p. m.,  
Plaza de la Constitución.



**IGSS** ¡Cambiando,  
siempre para mejorar!



#14 afiche y volante web para redes sociales



## Dona sangre para las que dan vida

Sangre segura para una maternidad segura  
14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre

La donación de sangre es un acto de generosidad a través del cual se salva una vida o se ayuda a la recuperación de la salud de las personas que lo necesitan.

El IGSS,  
te invita a la jornada de  
donación de sangre

Sábado 14 de junio,  
de 9:00 a. m. a 3:00 p. m.,  
Plaza de la Constitución



**IGSS** ¡Cambiando,  
siempre para mejorar!



Organización  
Mundial de la Salud

#15 Fondo de pantalla

IAL CHILAZO!

CAPITAL

“EL PIRULO”, SUFRE REVÉS



Los abogados del comentarista deportivo y líder de la porra roja USC, Marlon Puente, alias “el Pirulo” solicitaron ayer para su cliente el cambio del delito de homicidio por el de encubrimiento propio, pero el juez lo rechazó y ordenó que continúe en prisión preventiva porque el Ministerio Público (MP) presentó pruebas en su contra. A “el Pirulo”, se le acusa del asesinato del aficio-

nado de Comunicaciones Kevin Diaz, ocurrido en el clásico del fútbol nacional el pasado 27 de abril. El hecho supuestamente fue consumado junto a Welmer Renato Carrera, de 19 años, alias “el Flaco” y Jans Francisco Robles, de 25. El MP presentó fotografías en las cuales se ve que “el Pirulo”, junto a sus cómplices, estuvieron en la marcha de la Porra Roja y en sus manos portaban objetos contundentes.

CAPITAL

MUERE OTRO QUINTILLIZO

SOLAMENTE DOS BEBÉS QUEDAN DE CINCO HERMANITOS

MARTA MUÑOZ AL DÍA

La quintilliza María Guadalupe Ramírez Jiménez, quien nació el pasado 30 de mayo, falleció el martes a las 03:00 de la madrugada en el Hospital de Maternidad del IGSS, Pamplona, zona 13, debido a complicaciones por la inmadurez de sus pulmones y bajo peso. La bebé era la más grande de los cinco hermanos, ella luchaba por su vida junto a dos hermanitas, pues los dos únicos varones fallecieron. El primero fue Irvin quien murió horas después de su nacimiento y a los siete días expiró Genderson Ovidio. El cuerpo de María Guadalupe fue sepultado en

el Cementerio General en la zona 3, el miércoles a las 10:00 horas, donde asistieron familiares y vecinos para darle el último adiós.

Marvin Ramírez, padre de los quintillizos, ruega a Dios por tener la dicha de ver crecer a sus dos únicas bebés sobrevivientes que pelean por vivir, el dolor y tristeza los lleva en su corazón por la pérdida de sus tres hijos. Entre suspiros dice que todo esto ocurrió porque es la voluntad de Dios.

Las dos hermanas de María Guadalupe siguen con esperanzas de seguir viviendo, una de ellas se llama Maritza Samanta, quien se encuentra en el área de prematuros. La otra



María Guadalupe, la primera quintilliza, murió el martes.

bebé está en el sector de alto riesgo y aún no le han puesto nombre, pues sus padres están a la espera de su recuperación. En los próximos días, María Magdalena, madre de las

niñas, estará junto a ellas en el hospital para cangurearlas, según los doctores, es decir para que las bebés sientan el calor de ella y esto ayude a su rápido desarrollo y crecimiento.

**Dona sangre para las que dan vida**  
Sangre segura para una maternidad segura  
14 de junio-Día Mundial del Donante de Sangre

La donación de sangre es un acto de generosidad a través del cual se salva una vida o se ayuda a la recuperación de la salud de las personas que lo necesitan.

El IGSS, te invita a la jornada de donación de sangre

Sábado 14 de junio, de 9:00 a. m. a 3:00 p. m., Plaza de la Constitución



IGSS Cambiando siempre para mejorar!



Organización Mundial de la Salud

#16 Publicación medio escrito Al Día

### 3.8 Virus de Chikungunya

Chikungunya: es una enfermedad viral con una sintomatología similar al dengue, se transmite por medio de la picadura de zancudos infectado.

#### Síntomas

- Fiebre y dolor de cabeza.
- Náusea.
- Salpullido.
- Dolor en articulaciones y músculos.

#### En caso de síntomas

- Tome acetaminofén para disminuir la fiebre.
- Ingiera líquidos para mantenerse hidratado.

Ante el posible brote de la enfermedad Chkungunya el IGSS le recomienda:

#### Medidas de prevención

- Elimine criaderos de zancudos en su casa.
- Evite la acumulación de basura y manténgala debidamente cerrada.
- Mantenga tapados y limpios los recipientes y depósitos de agua.



IGSS - Instituto Guatemalteco de Seguridad Social

Publicado por Ed Rojas [?] · 19 de junio

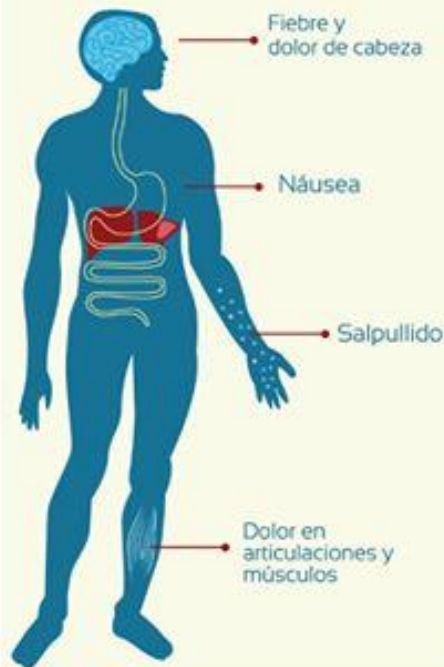
Ante el posible brote de la enfermedad Chikungunya el IGSS le recomienda:



# Chikungunya

Es una enfermedad viral con una sintomatología similar al dengue, se transmite por medio de la picadura de zancudos infectados.

## Síntomas



## Medidas de Prevención

- Tomar acetaminofén para disminuir la fiebre.
- Ingerir líquidos para mantenerse hidratado.

## Recomendaciones

- Elimine criaderos de zancudos en su casa.
- Evite la acumulación de basura y manténgala debidamente cerrada.
- Mantenga tapados y limpios los recipientes y depósitos de agua.

IGSS *Cambiando siempre para mejorar!*



Ya no me gusta · Comentar · Compartir

👍 137 💬 5 📄 Se ha compartido 256 veces

12 536 personas alcanzadas

Promocionar publicación

#17 afiche para unidades médicas y redes sociales



## CAPITULO IV

Evaluación

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

## CAPITULO IV

### Evaluación

Durante la ejecución de la estrategia realizada en el EPS, se llevó un control sobre los materiales que se socializaron, monitorear el impacto que generen los materiales en redes sociales así como los materiales colocados y difundidos en las distintas unidades médicas es de vital importancia para medir su eficacia.

Afiches: Los afiches generados se colocaron en la sede de Oficinas Centrales del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, los mismos fueron vistos por los 2 mil colaboradores que laboran en las instalaciones así como por las 3000 personas que ingresan a las instalaciones por día (derechohabientes, patronos).

<b>Tema</b>	<b>Medio</b>	<b>Grupo objetivo</b>	<b>Impacto</b>
<b>Día mundial del Asma</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Día Nacional de la Epilepsia</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Día Nacional de la Nutrición</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Día Internacional por la Salud de las Mujeres</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Día Mundial Sin Tabaco</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Día Mundial del Donante de Sangre</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Medidas de prevención sobre Chikungunya</b>	Afiches	Afiliados	5,000 personas
<b>Total</b>			<b>35,000 personas</b>

Redes Sociales: Fue donde se destacó el número de personas a quienes llegaron los materiales, los materiales fueron socializados a los seguidores de las cuentas del IGSS en redes sociales y a su vez estos compartieron la información en sus muros y timelines donde sus seguidores pudieron informarse y a su vez compartir dicha información, según los datos analizados derivado de las propias cuentas de comunicación el impacto fue el siguiente:

<b>Medio</b>	<b>Publicaciones vista por seguidores</b>	<b>Publicaciones compartidas</b>	<b>Impacto</b>
<b>Facebook</b>	24,000	24,732	48,732
<b>Twitter</b>	4,200	6,600*	10,800
<b>Total publicaciones vistas</b>	<b>28,200</b>	<b>31,332</b>	<b>59,532</b>

\*Facebook y Twitter, seguidores hasta el 01 de septiembre de 2014

\*Tomando como media que cada seguidor que compartió el contenido tiene en promedio 100 seguidores.

Análisis: Las publicaciones tuvieron mayor impacto en redes sociales tanto para el IGSS, el cual se vio beneficiado con que los seguidores en redes sociales compartieran las publicaciones a sus seguidores y amigos, así mismo los seguidores pudieron acceder a información médica de interés sin tener que visitar las oficinas del IGSS o bien llamar para hacer consultas.

Invertir en la generación de materiales para redes sociales tiene más impacto y es gratis ya que no se invierte los materiales para su publicación (papel, tinta, etc.).

## CONCLUSIONES

- No se cuenta con un seguimiento al Plan Integral de Comunicación.
- El Instituto Guatemalteco de Seguridad Social –IGSS-, debe fomentar el uso de nuevos medios de comunicación para comunicarse de una manera asertiva con sus afiliados y derechohabientes.
- Se debe de generar permanentemente campañas de prevención ya que como Institución es su obligación informar a los derechohabientes y afiliados sobre cuidados y consejos sobre salud; y con ello la población tendrá una mejor imagen del Seguro Social.
- Para mejorar la imagen que se tiene de la Institución se debe de proyectar una imagen de compromiso, vocación de servicio y trabajo hacia afiliados, derechohabientes y población en general.

## RECOMENDACIONES

### A la Institución:

- Dar el seguimiento al Plan Integral de Comunicación, es necesario para poder llevar a cabo los objetivos del mismo.
- Crear campañas de prevención sobre enfermedades estacionarias, consejos médicos sobre las principales enfermedades a las que los guatemaltecos son vulnerables.
- Generar material audiovisual para las unidades médicas donde especialistas diserten sobre enfermedades y expliquen las medidas de prevención sus síntomas, tratamiento.
- Generar campañas para mejorar la imagen pública, se pueden publicar casos de éxito en donde afilados y cuenten como el IGSS, ha mejorado su calidad de vida.

### A la Escuela de Ciencias de la Comunicación:

- Apoyar este tipo de programas ya que en la práctica es donde se ejecuta el conocimiento aprendido durante los años de estudio.
- Estar a la vanguardia tanto académicamente como tecnológicamente ya que la comunicación es un campo que constantemente esta en evolución

## BIBLIOGRAFÍA

- Piloña Ortiz, Gabriel Alfredo (2010). “Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo”. Editorial GP Editores, 8va. Edición, Guatemala, Pág. 305.

### E-GRAFIA

- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (2014). “Historia del IGSS y murales”. Consultado en <http://www.igssgt.org/#>
- “Ficha técnica de entrevista”. (2014) Consultado en <http://repository.ean.edu.co/bitstream/10882/3046/2/RodriguezFernanda2012Anexo.pdf>
- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (2014). “Misión y Visión”. Consultado en <http://www.igssgt.org/#>
- Villegas Alemán, Allan, (2012) “Cuadros Estadísticos” Universidad autónoma de Centroamérica. Nicoya, Guanaste. <http://www.uaca.ac.cr/bv/ebooks/estadistica/13.pdf>
- “Técnicas de Investigación Social” (2014) Consultado en <http://ctinobar.webs.ull.es/1docencia/Cambio%20Social/DESCRIPTIVAS.pdf>

## ANEXOS

### 1.1. Transcripción Completa de las entrevistas



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



Entrevistado: Obdulio Mejía

Puesto: Director de Policlínica del IGSS, zona 1.

1. ¿Cómo es la comunicación actualmente dentro del IGSS empleados y cuentahabientes? La comunicación en el IGSS hacia los trabajadores es por medio de sistema informático que se llama BOLETIGSS, ahí se les da a conocer a todos los avances o todas las actividades que realizan las autoridades del IGSS. Y para dar a conocer información de trabajo se hace por medio de boletines que se publican en el correo electrónico.
2. ¿Dentro del IGSS solicitan ayuda del Departamento de Comunicación Social ubicado en las oficinas centrales? Cuando nosotros necesitamos que nos publiquen alguna información para que lo conozcan en todas las unidades, lo trasladan al departamento de informática y ellos lo suben al correo electrónico como boletines.
3. ¿En qué momento hacen uso ustedes del Departamento de comunicación social que está ubicado en oficinas centrales? Se utiliza en raras ocasiones y cuando se usa es para enviar alguna solicitud de los afiliados y para que Relaciones Públicas le dé tramite. Y hemos pedido que ellos realicen diplomas para cuando hay alguna actividad dentro de la unidad.
4. ¿Qué es el BOLETIGSS? Contiene temas como si hubo alguna capacitación de cualquier personal, reuniones, un viernes de cada vez realizan actos religiosos de diversas índoles los cuales se publican, festividades, felicitaciones, etc. Y lo hace por medio de una página creada

en el IGSS específico para eso, que se encuentra a la vista de todo el público.

5. ¿Cómo considera usted que es la comunicación que transmite el Departamento de Comunicación Social de las oficinas centrales? Pues internamente regular porque no todos tienen acceso al internet, siendo así que no todos tienen correo electrónico y no pueden ver el BOLETIGSS, y en cuanto a los afiliados deficiente porque no hay comunicación por ningún medio de comunicación, de lo que el IGSS o el Instituto hace por ellos.
6. ¿Considera viable el uso de redes sociales para la comunicación del IGSS? Definitivamente viable y eficiente, debido a que no todas las personas saben que el IGSS tiene una página WEB (<http://www.igssgt.org/>) y al momento de utilizar dichas herramientas considero que llegaría a más gente.



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



LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevistado: Irving Rimola

Puesto: Sub Director de policlínica del IGSS, zona 1.

1. ¿Qué canales cree que se deberían reforzar o implementar para la comunicación dentro del IGSS? Primordialmente afiches, entre su jefe habían planeado colocar un circuito cerrado de T.V y crear material de avances, beneficios, medicamentos, grupos de apoyo, etc., con los que cuentan ellos dentro de la Unidad de la zona 1.
2. ¿La comunicación interna de la policlínica de la zona 1, la realizan sin apoyo del Departamento de Comunicación Social ubicado en las oficinas centrales? Lo que corresponde en esta unidad sí, algunas veces se reciben



oficios de oficinas centrales sobre algunos proyectos comunicativos en los cuales ellos les proporcionan todo el material.

3. ¿La publicidad que tienen ustedes en las carteleras son proporcionadas por el Departamento de Comunicación Social de las oficinas centrales, o son elaborados por ustedes? Esa publicidad viene directa de oficinas centrales y debemos cumplir con lo que ellos digan sobre su colocación.
4. ¿Qué temas cree que el Departamento de Comunicación Social debe reforzar para cuentahabientes, trabajadores administrativos y médicos? Primero hay mucha gente que tienen algunas dudas, no conoce y no participa de lo que ellos ofrecen, entonces reforzar las actividades de cada actividad, para que la mayoría de cuentahabientes se enteren.
5. ¿El circuito cerrado de televisión del cual hablaba anteriormente, ese proyecto se estaba realizando conjunto con el Departamento de Comunicación Social del IGSS? No le sabría decir, pero eso lo podría platicar con la Jefa del Departamento de Trabajo Social.
6. ¿El circuito cerrado de televisión estaba planeado utilizarlo solo mostrando afiches o historias de vida (videos interactivos)? No solo pensábamos poner por medio de la televisora datos importantes como: gestiones, a donde deben ir dependiendo su caso, los grupos de apoyo con los que ellos cuenta, debido a que los cuentahabientes no se enteran solamente con ver afiches, porque a veces ni atención le ponen a los papeles. Nos gustaría también que personas afiliadas y que utilizan los servicios del IGSS se entere, no solo de lo malo, sino de las vidas que ellos han cambiado, a cuantos se les ha ayudado económicamente, etc.
7. ¿En cuánto a redes sociales que tan viable ve su uso para informar? El IGSS tiene su página web en el cual colocan beneficios que presta el Instituto y otra información, pero sería bueno crear una página por unidad, ya que todas las unidades prestan atenciones diferentes en cuanto a unos atienden a jubilados, otros pediatría, etc. Pero no es decisión nuestra ya que eso tendría que venir directo del Departamento de Comunicación Social de oficinas centrales y ellos se encargarían de su manejo.

8. ¿Cómo calificaría el desarrollo del Departamento de Comunicación Social del IGSS? En cuanto a los oficios e información enviada de parte de oficinas centrales es muy eficiente, debido a su inmediatez por medio del correo electrónico. Para comunicación entre trabajadores y médicos estamos utilizando una herramienta llamada “SPARK” el cual es un chat en el cual estamos comunicándonos en todo momento, rápido y eficiente, por medio de los monitores e internet.
9. ¿En cuánto a los cuentahabientes que tal se maneja la comunicación? Pues depende que quiera hacer el Departamento de Comunicación Social del IGSS, colocar mensajitos, afiches y la información que ellos deseen, en eso no intervenimos completamente como unidad, ya que ellos toman todas esas decisiones importantes.



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



Entrevistado: Silvia Ulises

Puesto: Jefe Departamento de Trabajo Social

1. ¿En que constaba el circuito cerrado de televisión que estaba elaborando trabajo social dentro de la policlínica, zona 1 del IGSS? Nosotros damos todos los días a las 7:00 AM sobre los derechos y obligaciones que tienen los cuentahabientes como pacientes de la unidad, como por ejemplo atención médica, medicamento, se les informa donde está la farmacia y cuanto tienen de valides sus recetas, etc. Entonces este circuito cerrado nos serviría para pasar esa misma información unas dos o tres veces al día ya que no todos los pacientes están a la hora que realizamos la charla informativa.

2. ¿Este circuito cerrado estaba trabajándose en conjunto con el Departamento de Comunicación Social de las oficinas centrales? No, nosotros lo estábamos realizando con el Departamento de Informática.
3. ¿Por qué el proyecto de Circuito Cerrado se quedó a medias? Porque hemos tenido otros proyectos a los cuales les hemos dado seguimiento y hemos dejado estancado el proyecto televisivo, a pesar de que si deseamos hacerlo realidad en su debido momento.
4. ¿Qué tanto apoyo aporta el Departamento de Comunicación Social a la Unidad en materia de Comunicación? A veces ellos informan sobre algunas cosas que no abarcan todo lo que necesitamos y cuando se pide material para la comunicación a veces lo contestan rápido (3 día lo mínimo) por medio de oficios, pero cuando ellos no cuentan con el material tardan aproximadamente 2 meses para mandar el material informativo como afiches, volantes, etc. Así que por medio de la Policlínica del IGSS creamos volantes los cuales repartimos en los pacientes para que estén informados.
5. ¿Aparte del Circuito Cerrado que tenían como proyecto cree que se podría utilizar otro canal para comunicar a pacientes, trabajadores administrativos y médicos? Siempre informamos por medio de volantes algunas actividades como el día del diabético, etc.

## 1.2. Modelo de la Encuesta



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



Se le agradecería responder la siguiente encuesta para el Ejercicio Profesional Supervisado (EPS), sobre el desarrollo de la Comunicación Social en el Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, -IGSS-.

Solamente coloque "X" en una respuesta. Toda la información proporcionada es de fines didácticos, y completamente anónima.

Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: F\_\_\_\_ M\_\_\_\_ Ocupación: \_\_\_\_\_

1. ¿Cómo calificaría usted que es la comunicación dentro del establecimiento?

Buena\_\_\_\_ Mala\_\_\_\_

2. ¿La comunicación que tiene el IGSS es de su interés?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

3. ¿Qué temas le gustaría enterarse por parte del IGSS?

Salud\_\_ Gestiones\_\_ Beneficios\_\_

4. ¿Considera que la comunicación en el IGSS puede mejorar?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_ Porque\_\_\_\_\_

5. ¿En qué medios considera que debería divulgarse la comunicación en el IGSS?

Afiche\_\_ T.V.\_\_ Cartelera\_\_ Volante\_\_ Otros\_\_

OBSERVACIONES ACERCA DE LA COMUNICACIÓN EN EL IGSS

### 1.3. Matriz o vaciado de las encuestas

#### Edad

20 a 35	36 a 45	46 a 70	Total
6	7	17	30
20.00%	23.33%	56.67%	100%

#### Sexo

Femenino	Masculino	Total
16	14	30
53.33%	46.67%	100%

1. ¿Cómo calificaría usted que es la comunicación dentro del establecimiento?

Buena	Mala	Total
24	6	30
80%	20%	100%

2. ¿La comunicación que tiene el IGSS es de su interés?

Sí	No	Total
26	4	30
86.67	13.33%	100%

3. ¿Qué temas le gustaría enterarse por parte del IGSS?

Salud	Gestiones	Beneficios	Total
11	10	9	30
36.67	33.33%	30%	100%

4. ¿Considera que la comunicación en el IGSS puede mejorar?

Sí	No	Total
29	1	30
96.67%	3.33%	100%

5. ¿En qué medios considera que debería divulgarse la comunicación en el IGSS?

Afiche	T.V.	Cartelera	Volante	Otros	Total
5	16	2	3	4	30
16.67%	53.33%	6.67%	10%	13.33%	100%

## 1.4 Fotografías



Supervisión EPS, de derecha a izquierda, Lic. Floralba Folgar, supervisora, Lic. Erick Suruy, Jefe del Depto. De Comunicación y RRPP., Edgar Rojas, epesista.



Revisión de materiales, validación de muestras



Muestra de materiales generados ante la supervisión



Fotografía de izquierda a derecha, Lic., Erick Suruy, Edgar Rojas, Licda. Floralba Folgar, Mónica Cermeño.