

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



**Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la  
Liga Nacional contra el Cáncer**

Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por

**Erasmó de Jesús Morales**

**Carné: 199910277**

Previo a portar el título de:

**Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

Guatemala, octubre de 2017

**Consejo Directivo:**

**Director:**

**M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García**

**Representantes Docentes:**

**M.A Gustavo Adolfo Morán Portillo**

**Lic. Mario Enrique Campos Trijilio**

**Representantes Estudiantiles:**

**Mario Roberto Barrientos Aldana**

**Anaite del Rosario Machuca Pérez**

**Representante de Egresados:**

**MA. Jhonny Michael González Batres**

**Secretaria:**

**M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos**

**Coordinador de EPS Licenciatura**

**Lic. Luis Arturo Pedroza Gaytán**

**Supervisores de EPS Licenciatura**

**Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández**

**Lic. Fernando Ismael Flores Barrios**



## LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER

6a. Avenida 6-58, Zona 11, 2do. Nivel, Ciudad de Guatemala, C.A.

PBX: 2417-2100 • Fax: 2473-6390

www.ligacancerguate.com

E-mail: ligacancerguate@gmail.com

Guatemala, 23 de agosto de 2017

Lic. Luis Pedroza

**Coordinador**

*Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura*

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que el(a) estudiante(a) epesista **ERASMO DE JESÚS MORALES** con número de carné: **199910277** de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, realizo el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el **Departamento de Relaciones Públicas y Unidad de Información Pública** cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 1 de junio al 31 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecuto el proyecto comunicacional: **"Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer"** entregando el material respectivo y debidamente recibido por: **Presidencia de la Liga Nacional contra el Cáncer**

En tal virtud manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos y procesos siguientes en el EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra institución.

Atentamente

Dra. Vicky de Falla  
Presidenta

Liga Nacional contra el Cáncer



---

**EL CÁNCER SE PUEDE PREVENIR, NO LE TEMA...¡COMBÁTALO!**

---



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



Guatemala 16 de octubre de 2017

Estudiante  
Erasmó de Jesús Morales  
199910277  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

De mi consideración:

Me complace informarle que he revisado su informe final de EPS de Licenciatura con el título **PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LOS COLABORADORES DE LA LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER**. El citado trabajo cumple los requisitos de rigor del presente programa por lo cual, emito **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y la distribución de su trabajo final de EPS de Licenciatura de forma digital en un archivo PDF en 7 CD'S que deberán ser distribuidos en cada una de las instancias siguientes:

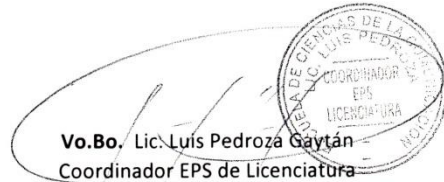
- Biblioteca USAC
- Biblioteca ECC
- Secretaría ECC
- Institución o empresa
- Coordinación EPSL

Sin otro particular,



Licda. Sandra Nohe mi Hernández y Hernández  
Supervisora /EPS de Licenciatura

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza Gaytán  
Coordinador EPS de Licenciatura



"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"  
OLVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Edificio M2, Ciudad Universitaria, zona 12 • Teléfono: (502) 2418-8920. Telefax: (502) 2418-9810  
www.comunicacion.usac.edu.gt

**Para los efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo.**

## DEDICATORIA

- A DIOS:** Por ser el centro de mi vida, por ser mi papá y por estar conmigo en todo momento. Por darme sabiduría y provisión para finalizar una meta más para mi vida. Para él es toda la honra, la gloria y el honor. Abba Padre
- A MI MADRE:** Por ser mi ejemplo e inspiración en todo momento, ya que gracias a su esfuerzo y sacrificio, soy la persona que al día de hoy soy. Te amo Justina Isabel Morales Aguilar, mi madrecita.
- A MIS HERMANOS:** Rosalinda, Augusto, María Isabel, Josué Ricardo y Luis, los amo y bendigo en el nombre de Jesús, y que este triunfo sea de inspiración para que sigan alcanzando todos sus sueños y anhelos.
- A MIS SOBRINOS:** Aldo Rodrigo, Dayana Sofía, Jorge Daniel, Dania, Isabella, Sabdy, Karin y Mercy, tengan presente que todo es posible si se lo proponen y ponen a Dios en primer lugar.
- A MI FAMILIA:** A mi abuelita Narcisa (QEPD), abuela Imelda, tíos, primos y familia.
- A MIS AMIGOS:** Que han estado conmigo en todo momento y que son de inspiración y ejemplo para mi vida, en especial a Carmen, Shirley, Patty, Byron, Donald, Ruth (QEPD), Noemí, Rolando, Werner, Mynor, Krishna, CO12, Discipulado de Iglesia Casa de Dios, Staff Visión Kids.

## **AGRADECIMIENTO**

A **UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**, por haberme abierto sus puertas, para poder formarme académica y profesionalmente.

A la **ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**, por brindarme su conocimiento para desempeñarme en las carreras que orgullosamente curse en beneficio de mi país.

A **Licenciado Luis Pedroza**, por su ardua labor y ejemplar labor, para motivar a todos los estudiantes egresados, cerrar ciclos y poder graduarse tanto de la carrera técnica y licenciatura.

A **M.sc. Sergio Morataya**, por seguir haciendo la diferencia en la Escuela de Ciencias de la Comunicación en beneficio de los futuros comunicadores.

A **Licenciada Sandra Hernández**, por su paciencia, consejos, asesoría, disposición y apoyo incondicional para culminar satisfactoriamente el Informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura.

A **Doctora Vicky de Falla**, Presidenta de la Liga Nacional contra el Cáncer, por la confianza y apoyo brindado en la realización del ejercicio profesional supervisado en el Departamento de Relaciones Públicas y Unidad de Información Pública.

A la **Liga Nacional contra el Cáncer**, por proporcionarme todo su apoyo para ejecutar el plan de comunicación interna en beneficio de sus colaboradores.

A los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, por su disposición y apoyo en todo momento y mis sinceras felicitaciones por su vocación de servicio en beneficio de los pacientes con cáncer, en especial al personal de la Dirección de Relaciones Públicas y Recaudación, Marcia Cifuentes, Claudia Matus y Nancy Salazar.

## INDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>I</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>II</b>
<b>JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>III</b>
<b>CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
1.1 DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO .....	1
1.1.1 Objetivo General .....	1
1.1.2 Objetivos Específicos .....	2
1.2. LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER .....	2
1.2.1 Ubicación Geográfica.....	2
1.2.2 Integración y Alianza Estratégicas .....	2
1.2.3 Antecedentes.....	2-7
1.2.4 Departamentos.....	8-11
1.2.5 Misión .....	11
1.2.6 Visión .....	11
1.2.7 Objetivos Institucionales .....	11-12
1.2.8 Objetivo Público.....	12
1.2.9 Organigrama .....	13
1.3 METODOLOGÍA.....	14
1.3.1 Descripción del Método .....	14
1.3.2 Técnicas e instrumentos de recolección.....	14
1.3.3 Cronograma del diagnóstico .....	15
1.4 RECOPIACIÓN DE DATOS .....	16
1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de las encuestas.....	16-18



1.5 RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN .....	19
1.5.1 Fortalezas .....	19
1.5.2 Oportunidades .....	19-20
1.5.3 Debilidades .....	20
1.5.4 Amenazas .....	20
<b>CAPÍTULO II .....</b>	<b>21</b>
2 PLAN DE COMUNICACIÓN .....	21
2.1 ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	21
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN .....	22
2.2.1. Objetivo General .....	22
2.2.2 Objetivos Específicos .....	22-23
2.3. PÚBLICO OBJETIVO .....	23
2.4. MENSAJE .....	24
2.5. ESTRATEGIAS .....	24-26
2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN .....	27-29
<b>CAPITULO III .....</b>	<b>30</b>
3. INFORME DE EJECUCIÓN .....	30
3.1. PROYECTO DESARROLLADO .....	30
3.1.1 Financiamiento.....	30
3.1.2 Presupuesto.....	31
3.1.3 Beneficiarios .....	32
3.1.4 Recursos Humanos .....	33
3.1.5 Áreas Geográficas de Acción.....	34
3.2. ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS.....	34-38
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	39
3.4. CONTROL Y SEGUIMIENTO .....	40
CONCLUSIONES.....	41-42
RECOMENDACIONES .....	43-44

BIBLIOGRAFÍA .....	45
EGRAFÍA.....	46
ANEXOS.....	47-48
Modelo de la Encuesta.....	49
Vaciado de la Encuesta.....	50
Lista de Acciones .....	51-53
Ficha de registro de horas .....	54

## Resumen

**Institución:** Liga Nacional contra el Cáncer

**Proyecto:** Presentar un “Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer”.

### **Objetivos:**

Creación de canales efectivos de comunicación, para mejorar la comunicación interna de sus colaboradores.

Realización de una campaña informativa, para dar a conocer a cada colaborador las ventajas de utilizar las herramientas de comunicación propuestas y de fácil acceso para ellos.

Utilización de redes sociales, por medio de la creación de un grupo en Facebook y WhatsApp, para que cada colaborador se sienta identificado a la labor que realiza día con día dentro de la Institución.

Aprovechamiento del sistema de voceo, el cual es utilizado solamente para la localización de personas y con ello, poder brindar información de interés para todos.

Seguimiento y continuidad del plan de comunicación implementado, el cual se convirtió en la herramienta de comunicación efectiva que necesitaba la Liga Nacional contra el Cáncer, para mejorar la comunicación interna con sus colaboradores.

## **Introducción**

En la realización del siguiente proyecto, fue posible determinar las deficiencias de comunicación existentes, lo que hizo posible realizar un diagnóstico de comunicación y posteriormente la recomendación de un Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, el cual fue implementado y ejecutado satisfactoriamente.

Se creó la campaña interna “Somos Héroes” somos un equipo y estamos conectados, con la finalidad de que cada colaborador se sienta identificado de lo importante que es su función dentro de la Institución, así como lo que provoca estar bien informado para poder brindar un mejor servicio a los pacientes con cáncer que día a día atienden en cada una de las áreas donde desempeñan sus funciones.

La Comunicación Interna hoy en día, es una herramienta vital en toda empresa para poder comunicarse con sus colaboradores de manera sencilla, práctica y eficaz, para para que puedan sentirse motivados y responder de la mejor manera.

El presente Plan de Comunicación Interna esta realizado en beneficio de los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, donde nace de la necesidad de comunicar y transmitir información de interés, eventos, normativas, lineamientos, cambios para mejorar la atención al paciente, actividades especiales, capacitaciones, entre otros.

Con dicho plan de comunicación interna, se pretende mejorar la información que llega a cada colaborador y aprovechar al máximo los canales de comunicación existentes, para poder brindar un mejor servicio, así como estar en un mismo sentir al momento recibir y transmitir la información.

## **Justificación**

El propósito de esta investigación, fue enfocada en realizar un Plan de Comunicación Interna en beneficio de los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, para mantenerlos informados de las actividades, eventos, noticias e información de interés de la Institución.

Este proyecto es de gran utilidad para mejorar la información que se maneja actualmente entre los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, para que se sientan motivados a trabajar en equipo e individualmente en cada una de sus asignaciones.

Con la implementación de este Plan de Comunicación Interna, se utilizaron las tendencias en la tecnología actual, siendo estas Facebook, WhatsApp, así como el aprovechamiento de los canales de comunicación interna existentes.

Podrán resolverse los problemas de desinformación entre los colaboradores de la Institución, para que puedan comprometerse e identificarse con la noble y gran labor que realiza la Liga Nacional contra el Cáncer.

Se cuenta con el apoyo de la Presidencia de la Liga Nacional contra el Cáncer, a cargo de la Dra. Vicky de Falla, quién brindo todo el apoyo necesario para el buen desarrollo e implementación del Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Institución.

# **CAPITULO I**

## **1. Diagnóstico**

### **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA CON LOS COLABORADORES DE LA LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER**

#### **1.1. Objetivos del diagnóstico**

##### **1.1.1. Objetivo General**

Presentar un diagnóstico de comunicación interna con los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer.

##### **1.1.2. Objetivos Específicos**

Determinar los canales de comunicación interna utilizados para la comunicación con los colaboradores.

Analizar la efectividad de cada uno de los canales de comunicación interna existentes.

Delimitar la percepción de los colaboradores de cada uno de los canales de comunicación interna que conocen y que utilizan frecuentemente.

Observar cada una de las necesidades de comunicación en el área de información.

## **1.2 La institución - Liga Nacional contra el Cáncer**

### **1.2.1 Ubicación Geográfica**

Se encuentra ubicada en 6ª. Avenida 6-58, Z.11, Guatemala, C.A. PBX: 2417-2100

### **1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas**

La Liga Nacional contra el Cáncer es una entidad privada no lucrativa de sentido social y se integran a ella:

- Hospital e Instituto contra el Cáncer, Dr. Bernardo del Valle Samayoa (INCAN)
- Dirección de Recaudación y Relaciones Públicas
- Departamento de Prevención, Investigación y Educación en Salud (PIENSA)
- Farmacia

### **1.2.3. Antecedentes o Historia**

La Liga Nacional contra el Cáncer, fue fundada en el año 1,952 por la inquietud del Club Rotario de Guatemala. La comisión de organización fue presidida por el Doctor Bernardo del Valle Samayoa, y sus estatutos y personalidad jurídica fueron aprobados por Acuerdo Gubernativo el 3 de febrero del año 1,953. La primera clínica se inauguró el 28 de agosto de 1,953 en las instalaciones del Hospital San Juan de Dios, su presupuesto fue financiado por la Liga.

Sus primeros Directores se encargaron de redactar sus estatutos y obtener la Personería Jurídica e inmediatamente se pensó en buscar la manera de dar algún servicio con respecto al cáncer.

A esta finalidad obedeció el establecimiento en el Hospital General San Juan de Dios, de una clínica para detección de cáncer, cuyo presupuesto y personal fue

sostenido por la Liga. Asimismo se hizo adquisición de material radioactivo (Radium) en cual fue cedido para el tratamiento de pacientes cancerosos en el mismo Hospital.

A estos primeros pasos, sucedió una intensa campaña encaminada a la creación del Instituto de Cancerología, con la aspiración de que pudiera llenar su cometido de la mejor manera posible, brindando a los enfermos las ventajas de instalaciones apropiadas y de personal médico, debidamente capacitado para tan trascendental función.

En terrenos próximos al Hospital Roosevelt, al Instituto de Nutrición de Centro América y Panamá, y a la Escuela Nacional de Enfermería, se obtuvo de parte del Gobierno, la concesión de un predio que mide 121 metros de Norte a Sur y 112 metros de Oriente a poniente, por lo tanto con un área de 13,552 metros cuadrados.

Los trabajos de construcción se iniciaron en octubre de 1954, conforme a planos que cubrían las edificaciones necesarias para poder alojar las instalaciones destinadas al tratamiento de los pacientes ambulatorios.

Con sin igual colaboración de todas las fuerzas vivas del país, se reunieron los fondos necesarios para la obra, así como para la dotación de equipo que incluía: muebles e instrumental para clínicas, instalaciones de laboratorios, Rayos X para diagnóstico, equipo de terapia por radiación, unidad estomatológica y todo el mobiliario y material destinado a las funciones administrativas en un área de 1,650 metros de construcción de una sola planta. En el mes de julio de 1958 se hizo una inauguración a un costo aproximado de Q 200,000.00 quetzales.

Durante 10 años se atendió en las instalaciones mencionadas todos los casos ambulatorios. Los casos que requerían hospitalización tenían necesariamente que ser referidos a los Hospitales Nacionales.



Estos 10 años transcurridos así, permitieron a la Liga Nacional contra el Cáncer, mediante sus campañas, ir reuniendo y acumulando fondos con miras a la construcción de un Hospital que complementará las funciones desempeñadas por los Consultorios.

Se contrató la elaboración de un proyecto a un costo de Q 25,000.00. Dicho proyecto con todos sus planos y especificaciones, fue sometido a revisión y estudio por quienes más experiencia tenían en el ramo dentro del país, asimismo, se sometió a la consideración de entidades especializadas del exterior.

El proyecto comprende, debidamente integrado con los consultorios, un Hospital de cuatro plantas para 180 camas con posibilidades de extensión a 200.

Es importante conocer que entre las especificaciones exigidas por la Liga, estaba que el proyecto fuera realizable en dos etapas, con la mira de que al lograr realizar la primera de ellas, pudiera ya principiar a darse servicio en el país.

A fines de 1968 estaba realizada esta primera etapa y el Hospital, con dos plantas, se encontraba preparado para dar cabida a 80 pacientes.

Las fuertes erogaciones necesarias para la instalación de los servicios generales, que desde luego son planeadas para poder atender las necesidades del proyecto total, se financiaron con ayuda de todos, como lo atestiguan las numerosas placas de reconocimiento que a perpetuidad, se mantendrán en los muros de las dependencias.

Lavandería, cocina, cafetería, subcentral eléctrica, caldera, bombas y depósitos de agua, etc., quedaron instalados y en capacidad de suplir todas las necesidades futuras.

Se proveyeron camas, camillas, sillas de ruedas, almohadas, etc. Por su parte el Comité Femenino de la Liga Nacional contra el Cáncer, trabajó tesoneramente para lograr toda la ropería del Hospital. Así se había cumplido una etapa más en la interminable tarea.

En estas circunstancias el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y el Director del Hospital General San Juan de Dios, haciendo uso de su espíritu comprensivo y amplio y con la idea prevalente del bien a los enfermos, entablaron pláticas con Directores de la Liga, a fin de encontrar la forma más beneficiosa de servir a los pacientes cancerosos.

Se llegó a la celebración de un contrato entre el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social por una parte y la Liga Nacional contra el Cáncer por otra, por el cual los pacientes canceroso del Hospital General San Juan de Dios, fueran trasladados al Instituto de Cancerología para ser atendidos allí, mediante el aporte de la misma suma que dichos pacientes tenían asignada en el presupuesto del Hospital General.

Fue pues mediante este convenio, que en enero de 1969 se hizo la inauguración del Hospital de Cancerología y principió esta fase de servicio que persiste hasta el presente.

### **Datos generales**

El Instituto de Cancerología es una entidad privada de servicio social. Es dependencia de la Liga Nacional contra el Cáncer, de la cual constituye el medio de acción para llenar sus fines.

Fue inaugurado en 1958, iniciando sus actividades con pacientes ambulatorios. En ese año se estableció la Consulta Externa, desempeñada por Médicos Oncólogos.

Desde sus comienzos, el Instituto de Cancerología ha contado con los departamentos complementarios que requieren la total atención de los pacientes, como lo son: Sección Administrativa, Laboratorio Clínico, Laboratorio de Patología y Citología, Departamento de Radiodiagnóstico, Unidad de Estomatología y Departamento de Terapia por Radiación.

A partir de enero de 1969 se cuenta con un Hospital involucrado al Instituto. Área externa y Hospital funcionan de manera conjunta, estando bajo la responsabilidad del mismo grupo profesional.

En estas condiciones dicho Hospital funcionó en dos plantas, equipado de todas las instalaciones necesarias para el adecuado desarrollo de sus actividades.

Inicialmente tuvo 80 camas de las cuales, fueron 64 para mujeres y 16 para hombres. Desde marzo de 1972 el número de camas subió a 90 repartidas entre 72 mujeres y 18 hombres. Pronto la capacidad de estas dos plantas fue insuficiente para satisfacer la demanda de la población.

La Liga Nacional contra el Cáncer, consiente de su responsabilidad, concentró sus esfuerzos en la construcción de dos nuevos niveles en el ala Norte del Hospital. Al estar dichos niveles totalmente terminados y equipados con el mobiliario e implementos hospitalarios y en condiciones de poder iniciar su funcionamiento se gestionó ante el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y se obtuvo una ampliación de subvención, con lo cual se elevó el número de camas a 120, que es lo que actualmente está al servicio de la comunidad.

## **Financiamiento**

Cuenta con un convenio suscrito ante el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, por prestación de servicios de salud a los pacientes referidos de la red hospitalaria nacional, por un monto de 21.7 millones de quetzales.

Se cuenta con los ingresos que se obtienen por servicios prestados a pacientes, que una vez estudiados por el Servicio Social, están en capacidad económica para hacer algún aporte. Su presupuesto es de 80 millones de quetzales al año aproximadamente.

Las cantidades apuntadas, sirven para llenar los gastos de funcionamiento, pago de personal, medicinas, alimentación, etc., y para mantener su lucha contra el cáncer en todas sus manifestaciones.

Para la realización de mejoras de importancia como nuevas construcciones, ampliación de las existentes e instalación de nuevas dependencias o secciones, se hace necesaria la financiación a través de la Liga Nacional contra el Cáncer, que por medio de su Campaña Anual de conscripción, mediante programas especiales o bien obteniendo donativos específicos, aporta los fondos que han de dedicarse a tales gastos extraordinarios.

## **Valores**

1. Vocación de servicio
2. Profesionalismo
3. Humanismo
4. Compromiso
5. Credibilidad

## **Competitividad**

Ser el único hospital especializado contra el cáncer en Guatemala.

Ser parte de la Unión Internacional contra el Cáncer, Asociación de Ligas Iberoamericanas contra el Cáncer, Asociación de ligas nacionales contra el cáncer de Latinoamérica (ALICC) y Alianza Latina.

Ser un Hospital Escuela en la Especialización de Cirugía Oncológica en Guatemala.

Pioneros como el primer Hospital de vacunación permanente contra el virus del papiloma humano (VPH) en Latinoamérica.

### **1.2.4 Departamentos o dependencias**

- Administración
- Almacén
- Archivo
- Auditoria Interna
- Banco de Sangre
- Cafetería
- Caja
- Calderas
- Carpintería
- Central de Equipos
- Cesio
- Cirugía Menor
- Citología
- Clínica de Evaluación I
- Clínica de Evaluación II

- Clínica de Evaluación III
- Clínica de Papanicolaou
- Cobros Internos
- Cocina
- Colposcopía
- Compras
- Consulta Externa
- Contabilidad
- Contraloría General
- Coordinación de Desarrollo
- Cuidados Paliativos
- Curso Auxiliares
- Departamento Jurídico
- Departamento de Prevención, Investigación y Educación en Salud PIENSA
- Dirección de Recaudación y Relaciones Públicas
- Dirección Financiera Administrativa
- Dirección Médica
- Docencia
- Endoscopia
- Especialidades
- Estomatología
- Farmacéutico Hospitalario
- Farmacia Bodega 1
- Farmacia Bodega 2
- Farmacia Interna
- Farmacia Jefatura
- Fisioterapia
- Información
- Informática
- Inmunohistoquímica

- Intensivo
- Inventario Físico
- Jefatura de Enfermería
- Jefatura de Mantenimiento
- Jefatura Institucional
- Laboratorio Clínico
- Lavandería
- Mamografía
- Mantenimiento
- Nutrición
- Patología
- Presidencia
- Quimioterapia
- Radioterapia Externa
- Radioterapia Físicos
- Radioterapia Interna
- Rayos X
- Recaudación
- Recepción
- Recursos Humanos
- Registro de Cáncer
- Relaciones Públicas
- Ropería
- Sala de Hombres (2do. Nivel)
- Sala de Operaciones
- Sala de recuperación
- Sala de Señoras Unidad I y III
- Sala de señoras Unidad II
- Subdirección Médica
- Supervisión Enfermería

- Tesorería
- Tomografía
- Trabajo Social
- Ultrasonido
- Voluntariado

### **1.2.5. Misión**

Es una institución privada no lucrativa, comprometida en brindar calidad de vida en servicios de educación, prevención, diagnóstico y tratamiento de cáncer en jóvenes y adultos en Guatemala.

### **1.2.6 Visión**

Ser una institución líder en la región, en investigación y atención integral del cáncer, con la más alta tecnología, personal capacitado, con sensibilidad social, desarrollando estrategias para nuestra mejora continua.

### **1.2.7. Objetivos Institucionales**

- Formular planes generales y específicos de trabajo, para el desarrollo de la lucha contra el cáncer.
- Organizar campañas de atención a hacer conciencia nacional, en cuanto al cáncer y sus manifestaciones, la importancia de su diagnóstico precoz, métodos de tratamiento y sus posibilidades de éxito, mediante la colaboración pública. Con tal objeto, elaborará programas de educación profesional y de divulgación relativos a sus fines.



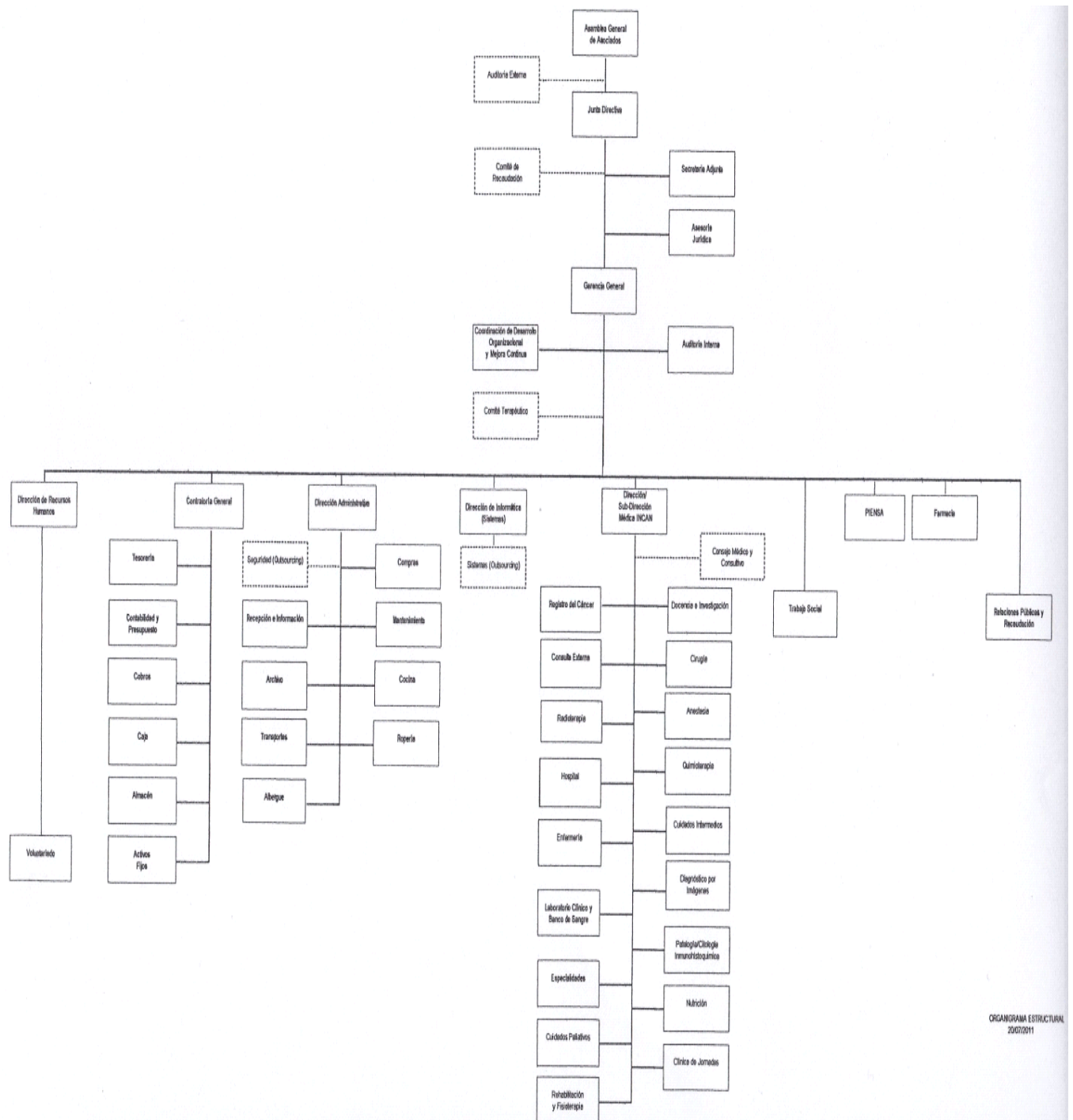
- Colaborar con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y con entidades oficiales y privadas afines, para lograr la unificación de métodos y la coordinación de los trabajos a fin de evitar la duplicación innecesaria de esfuerzos;
- Gestionar la emisión reforma y derogatoria de las normales legales que puedan influir favorablemente o desfavorablemente en el buen éxito de la lucha contra el cáncer;
- Promover la fundación de centros de diagnóstico, tratamiento y de asistencia y prestarles la colaboración requerida para el éxito y progreso de sus labores;
- Elaborar estadísticas de interés para el éxito de la lucha contra el cáncer;
- Mantener constante información al público de las actividades desarrolladas por la Liga y de sus programas de acción.
- Establecer y mantener relaciones con Sociedades y entidades análogas del país y del extranjero y promover el desarrollo y la coordinación de la lucha contra el cáncer.

### **1.2.8. Público Objetivo**

La Liga Nacional contra el Cáncer brinda calidad de vida en servicios de educación, prevención, diagnóstico y tratamiento de cáncer en jóvenes y adultos en Guatemala sin acepción alguna de género o clase social.

Atiende pacientes referidos de la red hospitalaria nacional, así como pacientes extranjeros que necesiten atención.

## 1.2.9. Organigrama



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL  
2007/2011

Fuente: Liga Nacional contra el Cáncer

## 1.3. Metodología

### 1.3.1. Descripción del Método

**Metodología Mixta:** Podemos definir el enfoque mixto como un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación que implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información obtenida (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio. Es decir que el método mixto combina al menos un componente cuantitativo y uno cualitativo en un mismo estudio o proyecto de investigación. En un “sentido amplio” visualizan a la investigación mixta como un continuo en donde se mezclan los enfoques cuantitativo y cualitativo, centrándose más en uno de éstos o dándoles igual importancia permitiendo utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar las debilidades potenciales presentes. (“Dr. Roberto Hernández Sampieri”).

Con este estudio, se expondrán los hallazgos que van a arrojar la encuesta (método de recolección de datos). Con la información recopilada se elaborará una propuesta de herramientas comunicacionales, para reforzar la comunicación interna entre los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer.

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

**Encuesta:** que consiste en una lista de preguntas escritas, que orientan un conjunto de posibles respuestas. Horacio Cabezas, Metodología de la investigación.

**El cuestionario:** es un sistema de preguntas que demandan respuestas cerradas, abiertas o semi abiertas, según el caso. Horacio Cabezas.

Para realizar este diagnóstico vamos a realizar un cuestionario semi abierto para conocer la opinión de los colaboradores (Médicos, Enfermeras, Personal Administrativo, Operativo, Servicio al Cliente, Información, entre otros). Para esta entrevista se empleará un muestreo aleatorio, es decir se elegirá una porción de la población para conocer sus opiniones.

### 1.3.3. Cronograma del Diagnóstico

#### LIGA NACIONAL CONTRA EL CÁNCER

MES	ENERO				FEBRERO			
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Reunión con autoridades, Justificación, Diagnóstico, Información de la Institución, Objetivo del Diagnóstico			X	X				
Metodología de la investigación					X			
Recopilación de datos, investigación y bibliografías					X	X		
Tabulación de encuestas, FODA y construcción del diagnóstico						X	X	X

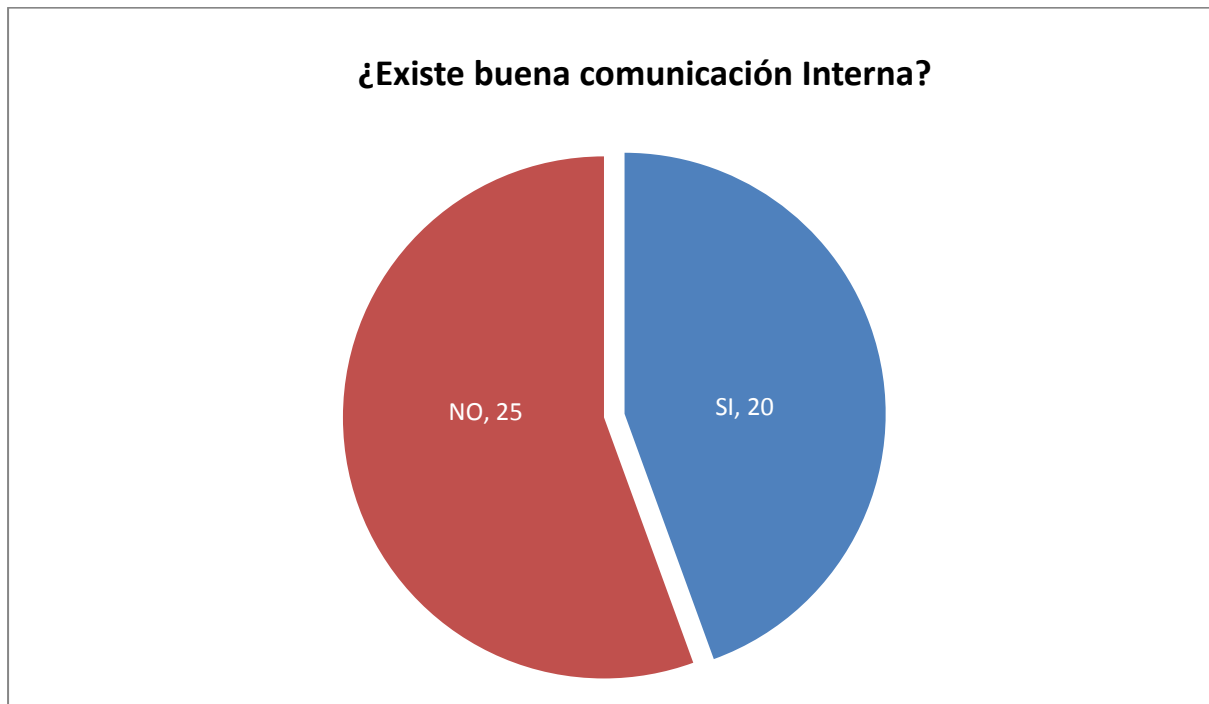
Fuente: Diagrama de Gantt

<https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

## 1.4. Recopilación de datos

### 1.4.1 Gráficas e interpretaciones del resultado de encuestas

Gráfica 1

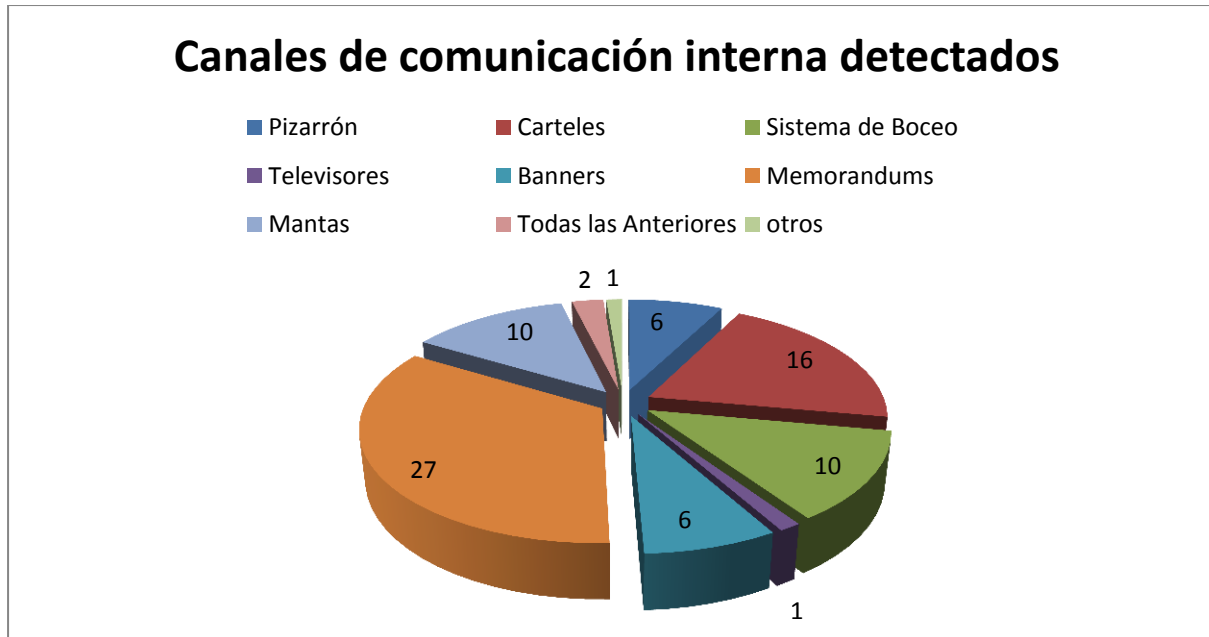


Fuente: Erasmo Morales

#### Interpretación:

De 45 personas encuestadas, 25 personas indicaron que no existe buena comunicación interna y 20 personas indicaron que si existe buena comunicación interna.

**Gráfica 2**

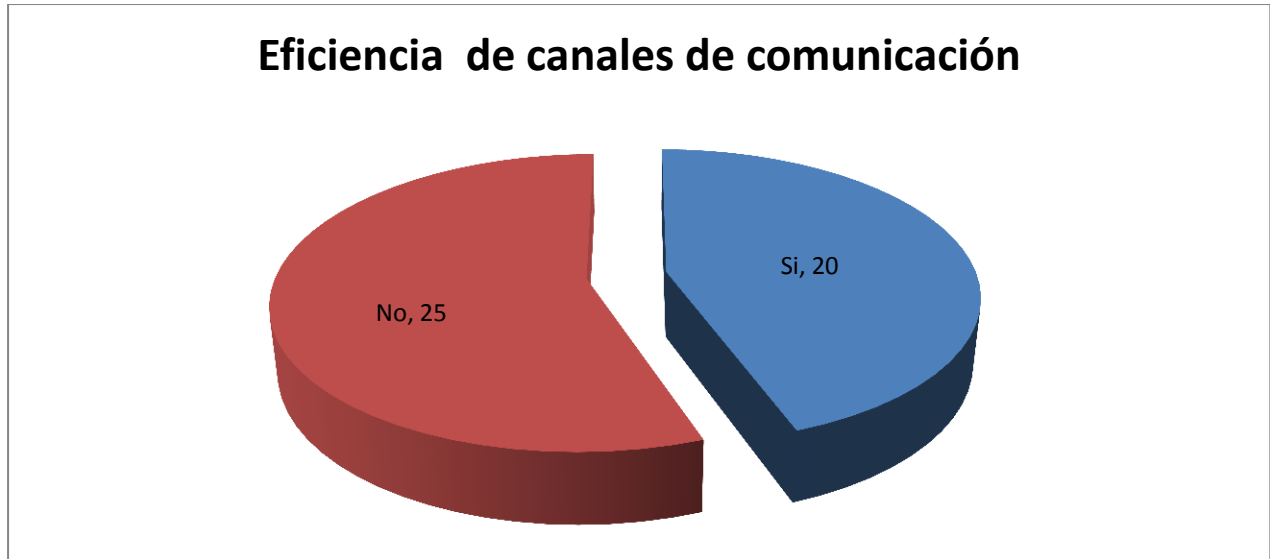


Fuente: Erasmo Morales

**Interpretación:**

6 personas indicaron que se informan por medios de pizarrones, 1 persona indico que se informa por televisores, 10 personas se informan por medio de mantas, 16 personas se informan por medio de carteles, 6 personas indican que se informan por medio de banners, 10 personas indican que se informan por el sistema de voceo, 27 personas indicaron que se informan por medio de Memorándum, 2 personas indican que se han informado por los canales descritos y 1 persona indica que se informa por otros medios.

**Gráfica 3**



Fuente: Erasmo Morales

**Interpretación:**

20 personas indicaron que los canales de comunicación interna existentes son eficientes y 25 personas indicaron que los canales de comunicación interna no son eficientes.

## **1.5. Radiografía de la institución**

- **FODA**

### **1.5.1. FORTALEZAS**

- En La Liga Nacional contra el Cáncer existen canales de Comunicación Interna, tales como pizarrones, sistema de boceo, áreas para la colocación de mantas, vallas, entre otros.
- Disposición de los colaboradores en querer informarse más de lo que acontece dentro de la Institución, así como dar nuevas ideas para mejorarla.
- Apoyo de la Presidencia de Junta Directiva de la Liga Nacional contra el Cáncer, para mejorar los canales de comunicación existentes en beneficio de los colaboradores, así como mejorar la calidad de servicio a los pacientes que los visitan.
- Contar con la disposición de apoyo para implementar los Canales de Comunicación Interna, para el buen desempeño de las funciones que realiza la Liga Nacional contra el Cáncer.

### **1.5.2. OPORTUNIDADES**

- Ampliar los canales de comunicación existentes y mejorarlos.
- Buscar la forma de reforzar y mejorar las vías existentes, por más modernas y a formas de comunicación a la vanguardia de la tecnología.
- Colaboradores enterados + oportunidades de divulgación y éxitos en las actividades y eventos que se realicen.



- Solicitar apoyo de proveedores y empresas para la donación de los recursos necesarios, para cumplir el fin anhelado.

### **1.5.3. DEBILIDADES**

- Que los colaboradores están acostumbrados a herramientas de comunicación interna desactualizadas
- Falta de interés para conocer de las actividades y eventos a realizarse en la Institución
- No contar con el presupuesto adecuado para mejorar los canales de comunicación interna existentes.
- Estar desactualizados y desinformados.

### **1.5.4 AMENAZAS**

- Que la información no llegue oportunamente y provoque no obtener el éxito deseado.
- Falta de compromiso y solidaridad hacia la noble y gran labor que realiza la Institución.
- Al no estar informados, provoca que los colaboradores sigan con la mentalidad de no involucrarse, porque no están informados.

## CAPITULO II

### 2. Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

La Liga Nacional contra el Cáncer en la actualidad, ha sido una plataforma de apoyo para proyectos de Tesis y Ejercicio Profesional Supervisado para varias Universidades de la Ciudad de Guatemala.

Al realizar la búsqueda de antecedentes de comunicación en la Institución, se pudo determinar que solo existe la Tesis: “Estrategia de Comunicación Interna Liga Nacional contra el Cáncer de Guatemala” realizada por la Licenciada Nidia América Cruz Samayoa, previo a optar al Título de Magister Artium en Comunicación Organizacional en la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala en el mes de noviembre de 2013.

En dicho trabajo de investigación, se abordaron los problemas de Comunicación Interna y Externa de la Institución, así como sus debilidades, fortalezas y recomendaciones, pero no en sí un **Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer**. A continuación se presenta la propuesta de Estrategia de Comunicación Interna de la Tesis de la Licenciada Nidia América Cruz Samayoa.

La estrategia de comunicación interna en la Liga Nacional Contra el Cáncer de Guatemala, se basa en los diagnósticos situacional y comunicacional con el fin de mejorar los canales de comunicación organizacional. Esta estrategia se centra en el capital humano de la institución, donde se integran los dirigentes con todos los niveles de trabajadores de la misma.

El principal objetivo es involucrar en la estrategia a todos los miembros de la Liga Nacional contra el Cáncer; crear un clima de trabajo cordial y de confianza, lo que llevará a menos conflictos, que todos y cada uno de los que forman parte de la

Institución trabajen más a gusto y se sientan implicados y motivados en el quehacer de esta noble Institución, de manera que los objetivos de ambos se interrelacionen.

La estrategia se fundamenta en crear un liderazgo desde el más alto nivel de la institución, fortaleciendo de esta manera la cultura organizacional. Esta estrategia es bidireccional con la participación de directivos y trabajadores en la búsqueda de un buen clima laboral.

Se hará hincapié en el feedback o retroalimentación por ambas partes en esta estrategia de comunicación interna.

Se realizó una campaña de identificación del personal hacia la Institución, titulada “Soy PARTE IMPORTANTE del Equipo”.

## **2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN**

### **2.2.1. Objetivo General**

Presentar un Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer.

### **2.2.2. Objetivos específicos**

Hacer del conocimiento de los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer del Plan de Comunicación, el cual ha sido diseñado para mejorar la comunicación interna existente y las ventajas del mismo.

Utilizar los medios de comunicación existentes para mantenerlos mejor informados y que puedan utilizarlos con total libertad y seguridad.

Motivar a los colaboradores de la Institución para que puedan adaptarse y sean parte de dicho Plan de Comunicación y mostrarles que será de beneficio para estar mejor informados.

Imprimir y distribuir material informativo e ilustrativo de soporte, para mejorar la comunicación interna dentro de la Institución, donde se informará de las vías y canales de información disponibles para informarse.

Creación de grupo en Facebook y WhatsApp, para que cada colaborador tenga acceso desde su área de trabajo y comodidad de su hogar.

### **2.3. PÚBLICO OBJETIVO**

El presente Plan de Comunicación, va dirigido para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer.

**Grupo demográfico:** Hombres y mujeres, comprendidos entre 18 a 65 años, que residen en la ciudad capital de Guatemala y Municipios aledaños. con estudios a nivel primario, diversificado y profesional, empresarios y personas que deben proveer a su hogar para subsistir.

**Grupo Psicográficos:** hombres y mujeres que son llevaderos con sus demás compañeros, así como personas que solo hacen lo que les corresponde hacer y no socializan.

**Grupo socioeconómico:** personas con estudios a nivel primario, diversificado y profesional, empresarios y personas que deben proveer a su hogar para subsistir.

Se diferencian como clase baja, media y alta.

Los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer se integran por:

Junta Directiva, Personal Médico, Paramédico, Enfermería, Administrativo, Técnicos de Rayos X, Técnicos de Laboratorio, Técnicos, Operativo, Mantenimiento, Carpintería, Voluntariado, Cocina, Lavandería, Seguridad, Farmacia, Cafetería y Transportes.

## 2.4. MENSAJE

Para identificarse, la Liga Nacional contra el Cáncer utiliza las siguientes frases o slogan:

“El Cáncer se puede prevenir, no le tema...Combátalo”, “Prevenir es Vivir, Detectar es Curar”, “Juntos salvando vidas”

Para el Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, se realizó e implemento la campaña interna “Somos Héroes” con el siguiente mensaje: **Somos un equipo y estamos conectados.**

## 2.5. ESTRATEGIAS

### Creación de grupo en Facebook

#### Objetivo comunicacional:

- Poner a disposición de todos los colaboradores esta herramienta de vanguardia para que tengan acceso desde su Smartphone de toda la información de intereses de la institución para que estén informados.

#### Descripción:

- Elaboración y colocación de afiches, donde se hace la invitación a unirse al grupo por medio de un link de acceso directo, así como su localización por medio de Facebook como “Somos Héroes” LNCC (LNCC es la abreviatura interna usada para la Liga Nacional contra el Cáncer).

**Acciones desarrolladas:**

- Creación de grupo en Facebook
- Realización de acceso directo por medio de un link
- Elaboración de afiche informativo.
- Habilitar accesos de administración al Departamento de Relaciones Públicas.

**Creación de grupo en Whatsapp****Objetivo comunicacional:**

- Se conformó este grupo para enviar información de forma inmediata a los colaboradores registrados de forma inmediata, ya que la mayoría tiene acceso a esta aplicación. Todo dependerá si están conectados a una red Wifi o disponibilidad de redes.

**Descripción:**

- Informar constantemente a los colaboradores del motivo y razón del grupo con la siguiente descripción dentro del grupo de WhatsApp: Hemos creado el grupo “Somos Héroe” para todos los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, para mantenerlos informados de las actividades, eventos, noticias e información de interés. “Somos un equipo y estamos conectados”. Gracias por unirse y ser un Héroe.

**Acciones desarrolladas:**

- Desarrollar grupo en WhatsApp
- Utilizar el Smartphone del encargado de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el Cáncer para dicho fin.
- Creación de código QR para acceso directo a WhatsApp
- Habilitar link de acceso brindado por la aplicación WhatsApp
- Elaboración de afiches informativos.
- Ingreso de colaboradores de forma personalizada en cada una de sus áreas.

## **Mejorar la utilización y uso al sistema de voceo**

### **Objetivo comunicacional**

- Aprovechar esta herramienta y explotarla al máximo, la cual llega a las áreas de mayor afluencia de personas y prioridad dentro de la Institución.

### **Descripción:**

- Se realizó un formato que le indica al encargado de información, la información que debe brindarse y las menciones correspondientes al día.
- La información se encuentra dentro de un cartapacio debidamente identificado.

### **Acciones desarrolladas:**

- Revisión de la operabilidad del sistema de voceo y alcance.
- Orientación a los encargados de información de la forma correcta de utilizarlo, forma de transmitir cada mensaje y volumen recomendado.
- Habilitación de cartapacio para agregar toda la información que vaya surgiendo.

## 2.6. ACCIONES DE COMUNICACIÓN

<b>Acción 1</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción.</b>	<b>Creación de grupo en Facebook</b>
<b>Problema</b>	<b>Solucionar la falta de información con los colaboradores de la Institución.</b>
<b>Producto</b>	<b>Afiches, Smartphone, redes sociales, mensajes de texto</b>
<b>Objetivo comunicacional</b>	<b>Informar, transmitir, fortalecer, comprometer, identidad y motivar.</b>
<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Informativo, entretenimiento, publicitario, formativo, inductivo, desarrollo, humanización</b>
<b>Público objetivo</b>	<b>Colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer</b>
<b>Medio de difusión</b>	<b>Afiches, mensajes de texto, mensajes de invitación por medio de WhatsApp, sistema de voceo, invitación personalizada, reuniones, memorándum.</b>



<b>Acción 2</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción.</b>	<b>Creación de grupo en WhatsApp</b>
<b>Problema</b>	<b>Brindar una solución de manera efectiva y directa para la falta de información</b>
<b>Producto</b>	<b>Afiches, Smartphone, redes sociales, mensajes de texto</b>
<b>Objetivo comunicacional</b>	<b>Informativo, entretenimiento, publicitario, formativo, inductivo.</b>
<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Informativo, entretenimiento, publicitario, formativo, inductivo, desarrollo, humanización</b>
<b>Público objetivo</b>	<b>Colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer</b>
<b>Medio de difusión</b>	<b>Afiches, mensajes de texto, mensajes de invitación por medio de WhatsApp, sistema de voceo, invitación personalizada, reuniones, memorándum.</b>

<b>Acción 3</b>	
<b>A qué estrategia responde la acción.</b>	<b>Mejorar la utilización y uso al sistema de voceo</b>
<b>Problema</b>	<b>Utilizar el sistema para transmitir información de importancia y darle mejor uso en el Departamento de Información</b>
<b>Producto</b>	<b>Charlas, capacitaciones, atención al paciente, informativa, afiches, Agenda.</b>
<b>Objetivo comunicacional</b>	<b>Informar, transmitir, fortalecer, comprometer, identidad.</b>
<b>Tipo de mensaje</b>	<b>Informativo, entretenimiento, publicitario, formativo, inductivo, desarrollo, humanización.</b>
<b>Público objetivo</b>	<b>Colaboradores internos de la Liga Nacional contra el Cáncer</b>
<b>Medio de difusión</b>	<b>Whatsapp, Facebook, calendario de actividades, memorándum,</b>

## **CAPITULO III**

### **3. INFORME DE EJECUCIÓN**

#### **3.1. Proyecto desarrollado**

**“Plan de Comunicación Interna para los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer”**

##### **3.1.1 FINANCIAMIENTO**

30% del epesista, 50% de patrocinio y 20% por la Institución.

### 3.1.2 PRESUPUESTO

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo total	Financiamiento
100	impresión de afiches tamaño carta	Q. 5.00	Q 500.00	Epesista
1	Accesorios y útiles de oficina	Q 100.00	Q 100.00	Epesista
4	Cartuchos para impresora EPSON L210 (1 negro, 1 magenta, 1 azul)	Q75.00	Q.300.00	Empresa
1	Diseño de afiche, portada de Facebook y fotografía de perfil en WhatsApp	Q 3,500.00	Q 3,500.00	Aerostatik Solution Patrocinio
1	Servicio profesional de Asesoría Comunicacional	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Epesista
		<b>Total del proyecto</b>	<b>Q. 16,400.00</b>	

Financiamiento	Monto
<b>Epesista</b>	<b>Q. 12,600.00</b>
<b>Empresa</b>	<b>Q 300.00</b>
<b>Patrocinio</b>	<b>Q 3,500.00</b>

### 3.1.3 BENEFICIARIOS

Beneficiarios	Beneficio
<p><b>Beneficiarios primarios:</b>  Personal Médico, Paramédico, Enfermería, Administrativo, Técnicos de Rayos X, Técnicos de Laboratorio, Técnicos, Operativo, Mantenimiento, Carpintería, Voluntariado, Cocina, Lavandería, Seguridad, Farmacia, Cafetería y Transportes.</p>	<p>Mejorar la comunicación interna con los colaboradores de la Institución para que puedan estar mejor informados de todo lo que acontece y ser un mejor equipo y seguir brindando un mejor servicio hacia sus pacientes.</p>
<p><b>Beneficiarios secundarios:</b>  Junta Directiva, Directores y Jefes de Departamento</p>	<p><b>Junta Directiva:</b> es el filtro principal de toda la información que se compartirá a los colaboradores por medio del Departamento de Relaciones Públicas.</p> <p><b>Directores y Jefes de Departamento:</b> Son los que generan la información para ser compartida.</p>

### 3.1.4 RECURSOS HUMANOS

<b>Personal</b>	<b>Cargo</b>	<b>Actividad</b>
Dra. Vicky de Falla	Presidenta de Junta Directiva de la Liga Nacional contra el Cáncer	Apoyo y autorización para el desarrollo del Ejercicio Profesional Supervisado EPSL 2017 en la Institución
Dr. Javier Figueroa	Vicepresidente de Junta Directiva y Coordinador Comité Atención al Paciente	Revisión y supervisión en el desarrollo del Plan de Comunicación Interna propuesto, así como proporcionar los espacios para exponer los avances ante el comité de atención al paciente.

### **3.1.5. Área geográfica de Acción**

Instalaciones de la Liga Nacional contra el Cáncer  
6ª. Avenida 6-58, Z.11, Ciudad de Guatemala

## **3.2 ESTRATEGIAS Y ACCIONES DESARROLLADAS**

### **ESTRATEGÍA:**

#### **Creación de grupo en Facebook**

#### **Objetivo comunicacional:**

- Se puso a disposición de todos los colaboradores esta herramienta de vanguardia para que tengan acceso desde su Smartphone de toda la información de intereses de la institución para que estén informados.

#### **Descripción:**

- Elaboración y colocación de afiches, donde se hace la invitación a unirse al grupo por medio de un link de acceso directo, así como su localización por medio de Facebook como “Somos Héroe” LNCC (LNCC es la abreviatura interna usada para la Liga Nacional contra el Cáncer).

#### **Acciones desarrolladas:**

- Creación de grupo en Facebook
- Realización de acceso directo por medio de un link
- Elaboración de afiche informativo.
- Habilitar accesos de administración al Departamento de Relaciones Públicas.

## Imagen de como quedo conformado el grupo en Facebook



## Creación de grupo en Whatsapp

### Objetivo comunicacional:

- Se conformó este grupo para enviar información de forma inmediata a los colaboradores registrados de forma inmediata, ya que la mayoría tiene acceso a esta aplicación. Todo dependerá si están conectados a una red Wifi o disponibilidad de redes.



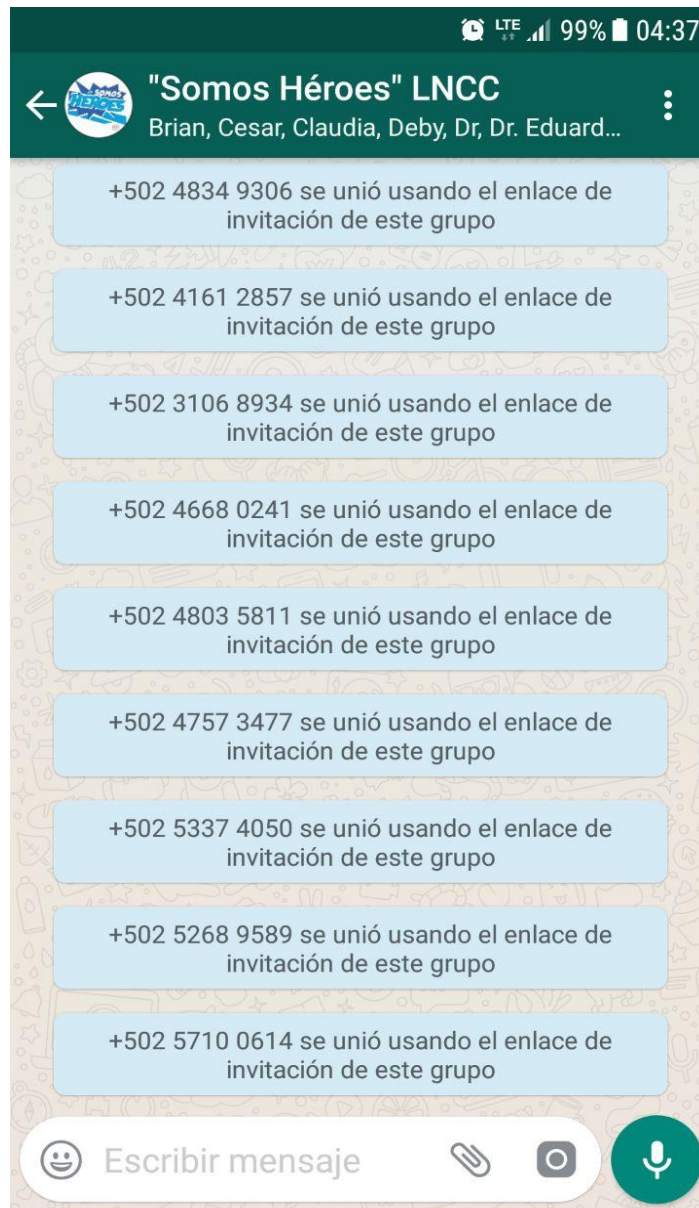
**Descripción:**

- Informar constantemente a los colaboradores del motivo y razón del grupo con la siguiente descripción dentro del grupo de WhatsApp: Hemos creado el grupo “Somos Héroe” para todos los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, para mantenerlos informados de las actividades, eventos, noticias e información de interés. “Somos un equipo y estamos conectados”. Gracias por unirse y ser un Héroe.

**Acciones desarrolladas:**

- Desarrollar grupo en WhatsApp
- Utilizar el Smartphone del encargado de Relaciones Públicas de la Liga Nacional contra el Cáncer para dicho fin.
- Creación de código QR para acceso directo a WhatsApp
- Habilitar link de acceso brindado por la aplicación WhatsApp
- Elaboración de afiches informativos.
- Ingreso de colaboradores de forma personalizada en cada una de sus áreas.

## Imagen del grupo en WhatsApp "Somos Héroes" LNCC



## Mejorar la utilización y uso al sistema de voceo

### Objetivo comunicacional

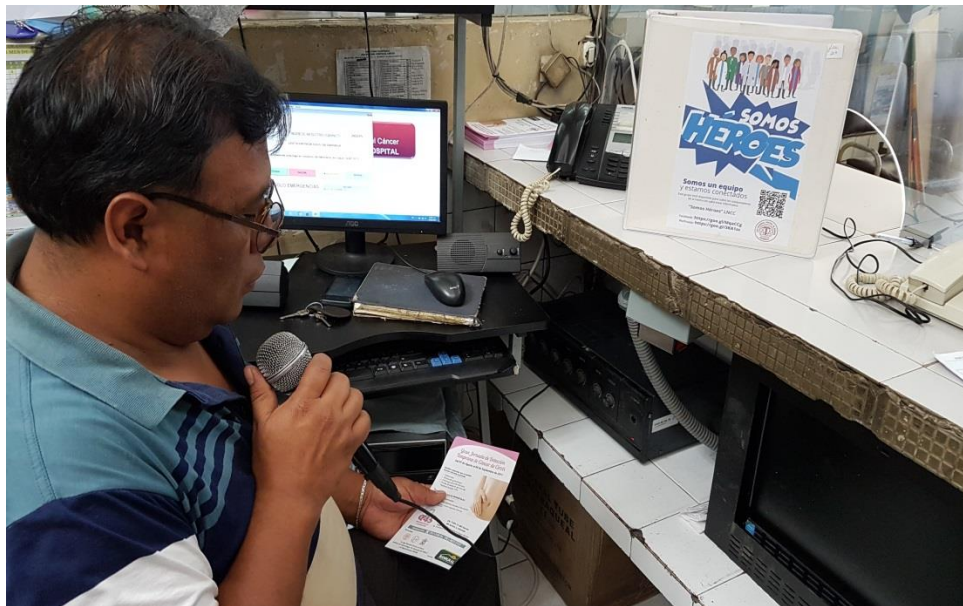
- Aprovechar esta herramienta y explotarla al máximo, la cual llega a las áreas de mayor afluencia de personas y prioridad dentro de la Institución.

### Descripción:

- Se realizó un formato que le indica al encargado de información, la información que debe brindarse y las menciones correspondientes al día.
- La información se encuentra dentro de un cartapacio debidamente identificado.

### Acciones desarrolladas:

- Revisión de la operabilidad del sistema de voceo y alcance.
- Orientación a los encargados de información de la forma correcta de utilizarlo, forma de transmitir cada mensaje y volumen recomendado.
- Habilitación de cartapacio para agregar toda la información que vaya surgiendo.



**Colaborador del área de información, dando uso al sistema de voceo, transmitiendo información.**

### 3.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

MES	JUNIO				JULIO			
Actividad	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Creación de Grupo en Facebook y Whatsapp								
Diseño								
Reuniones								
Entrega de informe final de ejecución								

Fuente: Diagrama de Gantt

<https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

ESTRATEGIA	INDICADORES CUANTITATIVOS	INDICADORES CUALITATIVOS
<p><b>Creación de grupo en Facebook</b></p> <p><b>Herramienta a disposición de todos los colaboradores de la Institución, para que tengan acceso a toda la información de interés que se genera día a día.</b></p>	<p>De 450 colaboradores, se espera que 250 que tienen acceso a Facebook puedan registrarse y posteriormente vayan agregando a los demás colaboradores</p>	<p>“Yo utilizo Facebook y que bueno que ahora la Institución me haya agregado al grupo, me hace sentir importante”</p> <p>“Esta herramienta me ayudará a estar mejor informado y compartir la información con mis compañeros que no tengan redes sociales”.</p>
<p><b>Creación de grupo en Whatsapp</b></p> <p><b>Medio para enviar información de forma inmediata a todos los colaboradores que dispongan de un Smartphone y disposición de redes móviles.</b></p>	<p>De 450 colaboradores, 100 se han agregado al grupo por medio del enlace, código QR y personalmente y que cuentan con un Smartphone con redes sociales.</p>	<p>“Ahora si nos mantienen informados y nos tomaron en cuenta”</p> <p>“Ahorraremos tiempo y recursos, ya que hasta los avisos, cartas y memorándums llegarán en línea”</p>
<p><b>Mejorar la utilización y uso al sistema de voceo</b></p> <p><b>Aprovechar este recurso, que puede ser escuchado en áreas de mayor afluencia de personas.</b></p>	<p>De 450 colaboradores, 300 se han informado en las áreas donde llega el sistema,</p>	<p>“Solo lo utilizábamos para localizar a personas y pacientes”</p> <p>“Me siento contento, porque también podré informar a mis compañeros información de interés”</p>

## CONCLUSIONES

1. Al iniciar el proyecto se determinó que los colaboradores no tienen la intención de estar informados, por lo que impide que la información que se maneja no llegue a su destino y en su mayoría llega en etapa tardía, lo que provoca que a nadie le interese lo que pueda estar sucediendo.
2. La mayoría de trabajadores tiende a desenvolverse únicamente en las funciones por las cuales fue contratado, pero no tienen identidad hacia la Institución, lo que provoca desinterés al mantenerse informados y trabajar en equipo con los otros departamentos que conforman la Institución, provocando división en muchas ocasiones.
3. Frecuentemente cada departamento vela por la información que es de interés dentro de su propia área, no optando por estar informados por lo que sucede en toda la Institución, en beneficio de sus labores y de la calidad de servicio que debe brindarse a los pacientes con cáncer que acuden a sus instalaciones.
4. Uno de los problemas frecuentes de comunicación existentes en la Liga Nacional contra el Cáncer, es la rivalidad que se origina con el personal del Instituto y Hospital de Cancerología INCAN, el cual depende de la cobertura de la Liga para su funcionamiento y es por esta razón la necesidad de mejorar la comunicación interna entre sus colaboradores y poder lograr una mejor comunicación, unidad y armonía en el buen desempeño de sus funciones.
5. Se comprobó que hay falta de identidad de cada uno de los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, para sumarse a la noble y gran labor que realiza la Institución, lo que impide que estén en constante comunicación para ser emisores y receptores de información vital, para el buen desarrollo de cada una de las asignaciones en beneficio de todos, ya que un equipo unido hace la diferencia y trabaja en armonía.

6. La mayoría de jefes de departamento no transmite la información enviada por las autoridades superiores, para atender las instrucciones que son de gran ayuda para el buen desempeño en la atención que se brinda día a día dentro de cada área y/o servicio.

## RECOMENDACIONES

1. Que el Departamento de Relaciones Públicas y Unidad de Información Pública de la Liga Nacional contra el Cáncer, mantenga constante supervisión y seguimiento de toda la información concerniente de la Institución y de cada uno de sus Departamentos, para mantener informados a todos los colaboradores, utilizando como soporte los canales de comunicación ya existentes para que no queden desactualizados, dando prioridad a los canales creados en el Plan de Comunicación Interna sugerido, el cual fue implementado para cumplir esta función y poder brindar una herramienta a la vanguardia de la tecnología.
2. Motivar constantemente a los colaboradores, para que interactúen con los canales implementados, para estar enviando información de interés de manera constante, cuidando de que no sean utilizados para compartir chistes, cadenas, quejas, etc.
3. Capacitar de manera constante a los encargados del Departamento de Información, donde se encuentra instalado el sistema de voceo de la Institución, para transmitir siempre la información proporcionada, de manera cordial y amena, respetando las menciones diarias según la programación establecida por el Departamento de Relaciones Públicas y Unidad de Información Pública.
4. Que el Departamento de Recursos Humanos pueda orientar a los nuevos colaboradores de los grupos creados en Facebook y WhatsApp, para que puedan estar informados de lo que acontece en la Institución y estar mejor informados en todo momento.



5. Velar para que al momento de que una persona deje de laborar en la Institución, se den las bajas correspondientes en Facebook y WhatsApp, para cuidar la confidencialidad de la información que se maneja constantemente, siendo el responsable el Departamento de Recursos Humanos realizar las notificaciones correspondientes al Departamento de Relaciones Públicas.
6. Utilizar el grupo en Facebook y WhatsApp “Somos Héroe”, somos un equipo y estamos conectados, para felicitar a los colaboradores por los triunfos, logros y fecha de cumpleaños, para motivarlos e incentivar en ellos de que como Institución están al pendiente de ellos.
7. Estar siempre dispuestos a sugerencias y propuestas para seguir mejorando los canales de comunicación interna existentes y que puedan ser modelo para otras Instituciones que tienen esta deficiencia de comunicación en la actualidad.
8. Que cada Jefe de Departamento tenga la libertad de compartir información de interés en el grupo de Facebook y WhatsApp, así como la información que sea necesaria ser divulgada por el sistema de voceo.
9. Realizar sondeos constantes de las personas que no hacen uso de redes sociales, para que puedan enviarles mensajes de texto.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Bartoli, A. 1992. Comunicación y Organización. Barcelona: Paidós.
2. Tesis: Cruz Samayoa, Licenciada Nidia América. Noviembre 2013. Estrategia de Comunicación Organizacional Interna. Liga Nacional contra el Cáncer.
3. Díez, Sara. 2006. Técnicas de Comunicación: La comunicación en la empresa. 1ª. ed. España: Editorial Vigo. 136 p.
4. Esquivel, M. 2003. Comunicación Organizacional. España: GestioPolis. pp.4-6
5. Liga Nacional Contra el Cáncer. 2012. Memoria de Labores. Guatemala.
6. Romeo, M. y otros. 2005. Comunicación interna en la empresa. España: Editorial UOC. pp. 53 -74.
7. Saló, Núria. 2005. Aprender a comunicarse en las organizaciones. Buenos Aires: Editorial Paidós. pp. 73-75.
8. Zylberdyk, Y. 2003. Desarrollo de la comunicación interna. España: GestioPolis. pp. 1-22.

## EGRAFÍA

1. Página Web de la Liga Nacional contra el Cáncer  
[www.ligacancerquate.com](http://www.ligacancerquate.com)
2. Facebook: Liga Nacional contra el Cáncer de Guatemala  
<https://www.facebook.com/LigaCancerGuatemala/>
3. Tesis: Carmen Elizabeth Cuevas Aceituno. Noviembre 2012. Estrategia de Comunicación Interna y Externa para el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn.  
[http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16\\_1078.pdf](http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1078.pdf)

- ANEXOS

Campaña Interna “Somos Héroes” somos un equipo y estamos conectados.

### Portada de Facebook



### Perfil Whatsapp



## Afiche



### Somos un equipo y estamos conectados

Este grupo está disponible para todos los colaboradores  
de la Institución para estar informados.

**“Somos Héroes” LNCC**

Facebook: <https://goo.gl/MqaCCg>

Whatsapp: <https://goo.gl/3KA1sc>



## MODELO DE LA ENCUESTA



Departamento: \_\_\_\_\_  
Años de trabajar en la Liga Nacional contra el Cáncer: \_\_\_\_\_  
Sexo: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

### Instrucciones:

A continuación encontrará una serie de preguntas, cuyas respuestas serán de utilidad para elaborar el Diagnóstico de Comunicación Interna de la Liga Nacional contra el Cáncer y posteriormente, presentar una propuesta de Comunicación Interna a implementarse en la Institución.  
(Favor de marcar con una "X" su respuesta y responder con letra clara y legible)

1. ¿Considera que existe una buena comunicación interna en la Liga Nacional contra el Cáncer?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

2. ¿Cómo se entera usted de los eventos, acontecimientos o de información relevante en la Institución?

\_\_\_\_\_

3. ¿Para comunicarse con los demás colaboradores que sistema de comunicación ha empleado?

Pizarrón \_\_\_\_\_ Carteles \_\_\_\_\_ Sistema de boceo \_\_\_\_\_ Televisores \_\_\_\_\_ Banners \_\_\_\_\_

Memorándum \_\_\_\_\_ Mantas \_\_\_\_\_ Todas las anteriores \_\_\_\_\_

Otros: \_\_\_\_\_

4. ¿Considera que los canales de comunicación descritos anteriormente son eficientes para transmitir la información que usted necesita conocer?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

5. ¿Quién le comunica información relevante de su Departamento y de la Institución?

\_\_\_\_\_

6. ¿Por qué medios le gustaría enterarse de la información de interés concerniente a la Institución?

\_\_\_\_\_

## VACIADO DE LA ENCUESTA



### VACIADO DE LA ENCUESTA

1. ¿Considera que existe una buena comunicación interna en la Liga Nacional contra el Cáncer?

SI..... 20

NO..... 25

2. Canales de comunicación interna detectados

Pizarrón..... 6

Televisores..... 1

Mantas.....10

Carteles.....16

Banners..... 6

Sistema de boceo..... 10

Memorándum..... 27

Todas las anteriores..... 2

Otros medios..... 1

3. ¿Considera que los canales de comunicación descritos anteriormente son eficientes para transmitir la información que usted necesita conocer?

SI..... 20

NO..... 25

## LISTA DE ACCIONES

ACTIVIDAD	REALIZADA	NO REALIZADA	DESCRIPCIÓN
Creación de grupo en Facebook	X		Se realizó con grupo en Facebook, con la administración de la página de amigos de la Institución.
Creación de grupo en Whatsapp	X		Se utilizó el número 32428559 del Smartphone del Jefe de Relaciones Públicas.
Compra de Smartphone		X	No se logró obtener el patrocinio para la compra del mismo.
Sistema de voceo	X		Se habilitó un cartapacio para colocar la información y programación de menciones
Impresión de afiches	X		Impresión de 100 afiches tamaño carta
Charlas de información e inducción	X		Se realizaron de forma personalizada en cada unidad y/o departamento.
Colocación de afiches	X		Se colocaron en todos los Departamentos y unidades.

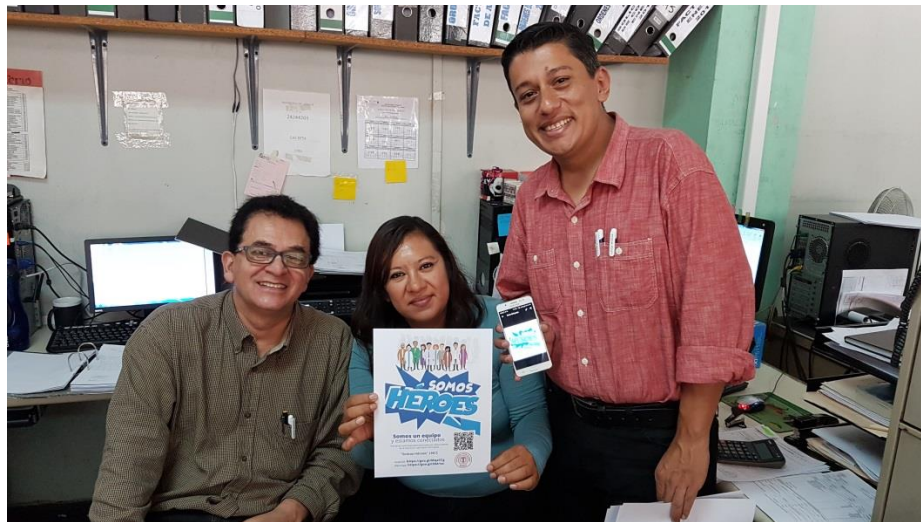


## Presentación de Plan de Comunicación Interna



Epesista Erasmo Morales, explicando a un grupo de colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer, sobre los beneficios del Plan de Comunicación Interna propuesto.





**Presentación del Plan de Comunicación Interna a los colaboradores de la Liga Nacional contra el Cáncer.**

# Ficha de registro de horas práctica




**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2017



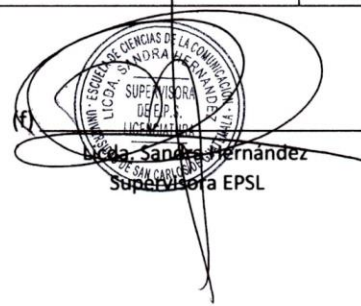
## Ficha de Registro de horas de Práctica Profesional Supervisada

**Nombre del Alumno (a):** Erasmo de Jesús Morales  
**No. Carné y DPI:** 199910277 / 2311 45012 0101  
**Jefe o Encargado (a):** Dra. Vicky de Falla, Presidenta de Junta Directiva  
**Institución o Empresa:** Liga Nacional contra el Cáncer  
**Supervisora EPSL:** Licda. Sandra Hernández

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS PRACTICADAS						Total horas en la Semana
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	
1	Del: 01 / Al: 02	Junio	X	X	X	7	7	X	14
2	Del: 05 / Al: 10	Junio	7	7	7	7	7	X	35
3	Del: 12 / Al: 17	Junio	7	7	7	7	8	X	36
4	Del: 19 / Al: 24	Junio	7	7	7	7	8	X	36
5	Del: 26 / Al: 01	Jun/Jul	7	7	7	7	X	X	28
6	Del: 03 / Al: 08	Julio	7	7	7	7	8	X	36
7	Del: 10 / Al: 15	Julio	7	7	7	7	8	X	36
8	Del: 17 / Al: 22	Julio	7	7	7	7	8	X	36
9	Del: 24 / Al: 29	Julio	7	7	7	7	8	X	36
10	Del: 31 / Al:	Julio	7	X	X	X	X	X	7
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>									<b>300 hrs.</b>

(f)   
 Dra. Vicky de Falla, Presidenta  
 Liga Nacional contra el Cáncer



(f)   
 Licda. Sandra Hernández  
 Supervisora EPSL

