

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**Diagnóstico y ejecución del Plan de Comunicación externa, en el área de
consulta externa del Hospital Roosevelt**

OLGA LIDIA HERRERA VELIZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico y ejecución del Plan de Comunicación externa, en el área de
consulta externa del Hospital Roosevelt**

Comunicación

Presentado por:

Olga Lidia Herrera Veliz

creando futuro

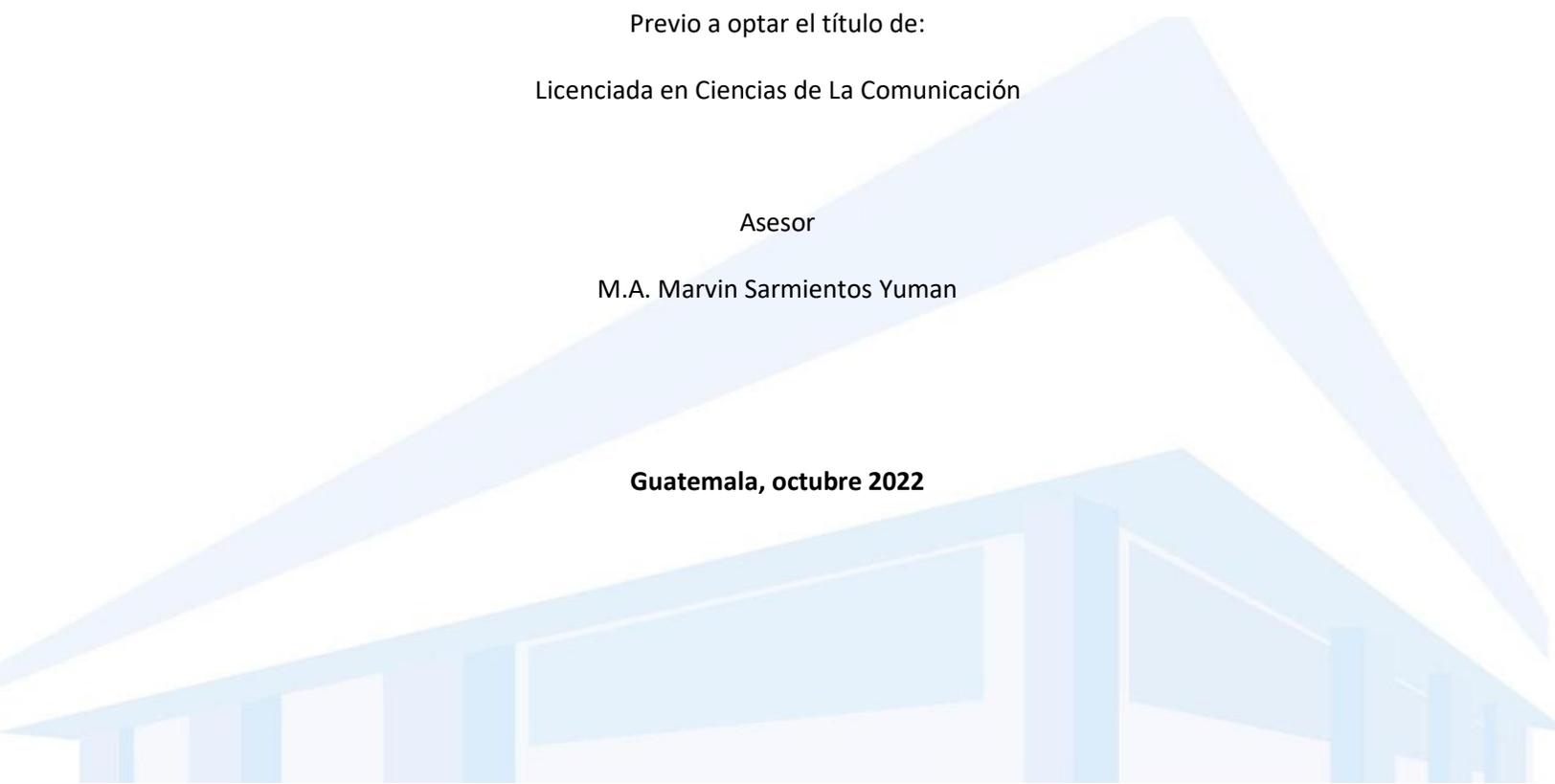
Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de La Comunicación

Asesor

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Guatemala, octubre 2022



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

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M. A Edgar Martínez

M.A Allan López

DICTAMEN FAVORABLE



Guatemala 24 de octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura

OLGA LIDIA HERRERA VELIZ

Registro académico 9310726

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación externa, en el área de consulta externa del Hospital Roosevelt** y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Yumán
Supervisor

CARTA DE SOLICITUD DE PRÁCTICAS



Guatemala, 8 de febrero 2022

EPSL-2022

Dr. Marco Antonio Barrientos
Director Ejecutivo
Hospital Roosevelt /Depto. De Comunicación
Presente.

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Olga Lidia Herrera Veliz** con número de registro académico **9310726** y Carné **2034895740101** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"ID Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920



CARTA DE ACEPTACIÓN DE PRÁCTICAS



Ref: DCS-0005-2022

Guatemala, 28 febrero de 2022

Licenciado
Luis Pedroza
Coordinador EPS Licenciatura
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC-

De menara atenta me dirijo a usted deseándole éxitos en sus actividades diarias. En respuesta a la solicitud EPSL-2022 de fecha 08 de febrero le informamos que autorizó a la estudiante : **Olga Lidia Divas Veliz con número de registro académico 9310726 carné 2634895740101** para que pueda realizar su Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en el Hospital Roosevelt.

Para lo cual contará con el apoyo del Departamento de Comunicación de este Centro Asistencial, con quien deberá coordinarse para el desarrollo del mismo.

Agradeciendo su atención a la presente.

Atentamente



Dr. Marzo Antonio Barrientos Rivas
Director Ejecutivo

Tel. 2317400 Ext. 2771
www.hospitalroosevelt.gob.gt

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

DEDICATORIA

Dios

Por nunca abandonarme, renovando mis fuerzas cada día, por darme sabiduría e inteligencia, por ser mi proveedor siempre, por su amor, bondad y misericordia y sobre todo por cumplir sus promesas en mi vida, la Gloria y Honra sean para él.

Mi madre Rosa Veliz

Por sus oraciones, su amor, sus consejos, sus llamadas, sus bendiciones y por motivarme siempre a seguir.

Mis Ángeles en el cielo (Q.E.P.D.)

Papá Ovidio Herrera y hermano Orlando Herrera, por creer en mí siempre, constantemente decían que lograría ser profesional y por bendecirme antes de partir, misión cumplida.

Mi esposo Fredi Divas

Por su paciencia y comprensión, por ser mi apoyo incondicional, por motivarme y confiar que lo lograría, esta etapa no la hubiera finalizado sin tu ayuda, hoy puedo decir LO LOGRAAMOS AMOR.

Mi hijo Dylan Divas

Mi motor, mi razón de cada día, quiero ser un ejemplo para ti y que puedas ver que todo lo que te propongas lo puedes lograr, pero sobre todo por existir y darme la oportunidad de ser tu mamá.

Mis hermanos Carlos y Paola

Por verme como un ejemplo a seguir. Quiero verlos lograr sus metas e incluso ser mucho mejor que yo.

AGRADECIMIENTOS

A la Gloriosa Universidad de San Carlos de Guatemala

Donde me formé y crecí profesionalmente y por proveerme de sus conocimientos. Me siento orgullosa de pertenecer a esta prestigiosa casa de estudios.

A la Escuela de Ciencias de La Comunicación

Por haberme enseñado que todo se logra con perseverancia y esfuerzo, en donde encontré mi pasión y descubrí mis talentos. Gracias por darme todas las oportunidades de aprendizaje y culminar mi carrera profesional.

A Hospital Roosevelt

Por abrirme las puertas de su institución, por su confianza para poder realizar el Ejercicio Profesional Supervisado, en especial a la Licda. María del Rosario Ávila, Coordinadora de Comunicación, por todo su apoyo, acceso y disponibilidad.

Al Programa de Ejercicio Profesional Supervisado -EPS-

Por todo el soporte, la experiencia y conocimientos recibidos, gracias a las autoridades por el apoyo incondicional y en especial a mi asesor, por su tiempo y esfuerzo.

A mis amigas de la Universidad

Rocío, Jennifer, Gloria, Carol, Sharon y Alma, por exhortarme a seguir y culminar esta meta, con las que compartí risas, carcajadas, viajes, aprendizaje, anécdotas y momentos inolvidables que guardo en mi corazón, gracias patojas por todo su apoyo.

A mi familia

Gracias infinitas por creer en mí y celebrar cada uno de mis logros.

Índice

Introducción	i
Justificación	ii
Antecedentes	iii
CAPITULO 1	2
Diagnóstico de comunicación	2
1.1 La institución	2
1.2 Perfil institucional	2
1.3 Ubicación geográfica	3
1.4 Origen e historia	4
1.5 Integración y alianzas estratégicas	6
1.6 Departamentos o dependencias de la institución	6
1.7 Organigrama de la institución	9
1.8 Misión	9
1.9 Visión	10
1.10 Objetivos institucionales	10
1.11 Público objetivo	11
1.12 Diagnóstico	11
1.12.1 Pregunta de Investigación	11
1.12.2 Objetivo general	11
1.12.3 Objetivos específicos	12
1.3 Metodología	12
1.13.1 Descripción del método	12
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	13
1.14 FODA comunicacional	41
1.15 Problemas Detectados	41
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	42
1.17 Indicadores de éxito	43
1.18 Límites y Alcances de la investigación	44
1.19 Cronograma de diagnóstico	45
1.20 Proyecto a desarrollar	45
Capítulo 2	46

2. Plan estratégico de comunicación	46
2.1 Plan de comunicación	46
2.2 Elementos comunicacionales	47
2.3 Objetivos del plan de comunicación	49
2.4 Estrategia.....	50
2.5 Actividades o acciones de la estrategia.....	50
2.6 Publico objetivo	51
2.7 Mensaje clave.....	52
2.8 Indicadores de las acciones	52
2.9 Recurso humano:.....	54
2.10 Financiamiento y presupuesto.....	56
2.11 Beneficiarios	58
2.12 Áreas geográficas de acción.....	59
2.13 Cuadro operativo de la estrategia.....	60
2.14 Cronograma del plan de comunicación y calendario editorial estrategia digital	61
Capítulo 3.....	63
3. Informe de Ejecución:	63
3.1 Formato ficha de contacto	64
3.2 Diseño e impresión de afiches tamaño doble oficio.....	66
3.3 Diseño e impresión de mantas vinílicas medidas 2X1 metros.....	69
3.4 Anuncio para redes sociales.....	71
3.5 Diseño e impresión de volante tamaño ¼ de oficio a full color	72
3.6 Spot de 20" segundos (cápsula).....	73
3.7 Elaborar un anuncio en redes sociales	74
3.8 Cronograma.....	75
Conclusiones	76
Recomendaciones	77
Referencias Bibliográficas.....	78
Anexos	80

Índice de Tablas

Tabla 1	Tabla de Consensos y Disensos.....	16
Tabla 2	Foda comunicacional.....	41
Tabla 3	Cronograma de diagnóstico.....	45
Tabla 4	Laswell comunicación.....	48
Tabla 5	Indicadores de las acciones.....	52
Tabla 6	Recurso Humano.....	54
Tabla 7	Financiamiento.....	56
Tabla 8	Presupuesto.....	57
Tabla 9	Cuadro operativo de la estrategia.....	60
Tabla 10	Cronograma del plan de comunicación.....	61
Tabla 11	calendario estrategia digital.....	62
Tabla 12	Cronograma ejecución del plan de comunicación.....	75

índice de Figuras

Figura 1 Mapa de ubicación	3
Figura 2 Organigrama.....	9
Figura 3 Género	17
Figura 4 Edad.....	18
Figura 5 Etnia	19
Figura 6 zona o departamento	20
Figura 7 Tiempo de asistir hospital	21
Figura 8 Escolaridad.....	22
Figura 9 Utiliza redes sociales.....	23
Figura 10 Sabe leer y escribir.....	24
Figura 11 Utiliza correo electrónico.....	25
Figura 12 conoce los medios de comunicación	26
Figura 13 Tiene acceso a tv, radio, cable	27
Figura 14 Cómo considera comunicación del hospital.....	28
Figura 15 Conoce los canales de comunicación.....	29
Figura 16 Considera usted que la manera de informar.....	30
Figura 17 Cómo se entera de los cambios	31
Figura 18 Conoce el contenido de la información.....	32
Figura 19 Conoce el área de información.....	33
Figura 20 Conoce los horarios de atención	34
Figura 21 Considera usted que existen distractores.....	35
Figura 22 le informan los protocolos.....	36
Figura 23 Conoce usted los tipos de servicios.....	37
Figura 24 Sabe si existen entidades que ofrecen otros beneficios.....	38
Figura 25 Recibe alguna información de interés	39
Figura 26 La atención que recibe del área que se dirige es	40
Figura 27 área geográfica	59

Figura 28 ficha técnica	64
Figura 29 Llenado de ficha datos	65
Figura 30 Llenado de ficha datos	65
Figura 31 Afiche entrada hospital	66
Figura 32 Afiche en el pasillo.....	67
Figura 33 Afiche en elevador	67
Figura 34 Afiche en cartelera	68
Figura 35 Manta clasificación	69
Figura 36 Manta ingreso del hospital	70
Figura 37 Anuncio en redes sociales	71
Figura 38 volante de redes.....	72
Figura 39 cabina del hospital.....	73
Figura 40 Anuncio para redes.....	74

Introducción

El concepto de salud que ha sido aceptado por todo el mundo fue creado por la OMS (Organización Mundial de la Salud) y la establece como un estado de completo bienestar, físico, mental y social.

Este proyecto fue elaborado con la finalidad de dar a conocer la información recopilada en la elaboración del diagnóstico y ejecución del plan comunicacional, tomándose en cuenta algunos aspectos relevantes que dan una idea de la situación actual en la que se encuentra el hospital Roosevelt en la comunicación externa con las personas que requieren sus servicios, específicamente en el área de consulta externa.

En el diagnóstico se conocieron los canales de comunicación externa que posee el hospital, así mismo evaluamos la efectividad que tiene la comunicación en esa área y por último identificamos el contenido de la información que transmiten a los pacientes y familiares de ese nosocomio.

Se determinó un plan de comunicación basado en los resultados que se obtuvieron del diagnóstico, donde fue notario el desconocimiento y poco uso del público objetivo (pacientes de la consulta externa), de informarse por medio de las diferentes plataformas sociales que tiene el hospital y la interacción con las mismas.

En este orden de ideas, el plan estratégico consistió en implementar varias estrategias las que abarcaron los tres aspectos principales encontrados, los cuales se trabajaron en conjunto con el personal del departamento de comunicación social del hospital Roosevelt.

Justificación

Este proyecto es importante ya que las comunicaciones externas de una compañía o institución permiten definir la imagen, mejoran su visibilidad y su posicionamiento. Una buena publicidad es crucial, se debe cuidar y pulir las comunicaciones es el primer paso para que el lenguaje llegue al público de manera exitosa.

El Hospital Roosevelt es una unidad de salud pública de tercer nivel, y un ente de referencia para problemas de salud que no pueden ser solucionados en diferentes sitios hospitalarios de otro nivel de atención, requiere una atención especializada y de un equipo multidisciplinario capacitado, para lo cual posee profesionales en las diferentes ramas de la medicina brindando atención de eficiente en los servicios que proporcionan.

El presente proyecto se llevó a cabo principalmente para conocer la problemática de comunicación externa que tienen el hospital Roosevelt, con el propósito de determinar las causas que limitan que la comunicación no fluya de manera eficiente e inmediata con emisor y receptor.

Este proyecto es importante, para fortalecer la información del emisor hacia el receptor y el uso adecuado de los canales de comunicación y así lograr una comunicación externa efectiva con los pacientes de la consulta externa del hospital Roosevelt.

Es trascendental el desarrollo de este plan ya que esto permite a los estudiantes, pacientes, y público en general conocer las deficiencias comunicacionales que tiene este nosocomio y permite aportar ideas y acciones que ayuden a mejorar los procesos comunicacionales.

El aporte de esta investigación me deja en lo personal, abundar en nuevos conocimientos sobre comunicación externa, ya que es un tema de suma importancia y necesaria para que los pacientes de la consulta externa del hospital estén informados constantemente a través de todos los medios y canales oficiales que maneja el nosocomio.

Antecedentes

En la Universidad de San Carlos en la Escuela de Ciencias de la Comunicación se encuentran trabajos de investigación que han realizado los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado relacionados con estrategias de comunicación en diferentes entidades privadas, gubernamentales y no lucrativas, ahora ya graduados, ampliando así una base de referencia de consulta general para futuros profesionales de las ciencias de la comunicación.

En octubre 2019 se realizó un informe final del Ejercicio Profesional Supervisado de la Señorita Jennifer Alejandra Mansilla Rodríguez, titulado el tema “CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA NO VERBALES UTILIZADOS EN EL EDIFICIO CENTRAL DEL HOSPITAL ROOSEVELT”, en el cual se aborda el tema de la falta y la importancia de señalar las áreas externas del hospital.

Entre sus conclusiones es establecer un proceso comunicativo, lo visual es importante, porque transmite la idea de una forma más natural, tomando en cuenta la utilización de símbolos y signos universales para su fácil comunicación”.

También indica que las estrategias y acciones propuestas fueron en beneficio de este nosocomio, ya que es uno de los hospitales nacionales con mayor afluencia de personas y su infraestructura es amplia, por lo cual era de suma importancia reforzar y crear la señalización para mejorar la ubicación de clínica y/o servicios que cada persona visita.

De manera que el trabajo de investigación muestra la importancia del análisis de los procesos de comunicación, ya que el hospital Roosevelt es uno de los más grandes e importantes en la red de salud en Guatemala.

Por otro lado, el campo de la comunicación es extenso, el cual se puede evaluar de diferentes maneras y aplicar a lo largo de la vida.

CAPITULO 1

Diagnóstico de comunicación

1.1 La institución

El hospital es una entidad gubernamental regida por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, siendo el encargado de organizar la red de servicios del sistema de salud en tres niveles, con el objetivo de atender las distintas problemáticas de salud de acuerdo al grado de atención que éstas requieren, buscando optimizar los recursos humanos y técnicos con los que se cuenta en cada nivel. En el nivel tres de atención, están los hospitales nacionales y especialistas, que reciben los casos que no pueden ser atendidos en los hospitales de nivel dos.

El hospital Roosevelt es la institución sanitaria en donde se prestan los servicios médicos integrados, con adición de otras especialidades. Posee mayor capacidad resolutive en los campos de Especialidades Médicas y Tecnológicas; siendo un centro asistencial que atiende a personas que habitan en la ciudad capital y en el resto del país, referentes desde los nosocomios de los departamentos y locales.

De igual manera brindan atención a los habitantes de otros países que viven o están de paso por nuestro país, ofreciendo servicios médicos y hospitalarios especializados de manera gratuita en las diferentes especialidades y subespecialidad, como la medicina interna, cirugía, ortopedia, traumatología, maternidad, ginecología, pediatría, oftalmología.

1.2 Perfil institucional

Es un centro hospitalario público muy importantes que tiene la ciudad capital su trabajo ha permitido preservar la vida de muchas personas en diferentes situaciones.

Son un centro hospitalario que atiende a toda la población que habita en la ciudad capital y en todas las regiones del país, así como pacientes referidos de hospitales departamentales, también a

ciudadanos extranjeros que están de paso o viviendo en el país, brindando atención hospitalaria especializada.

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

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

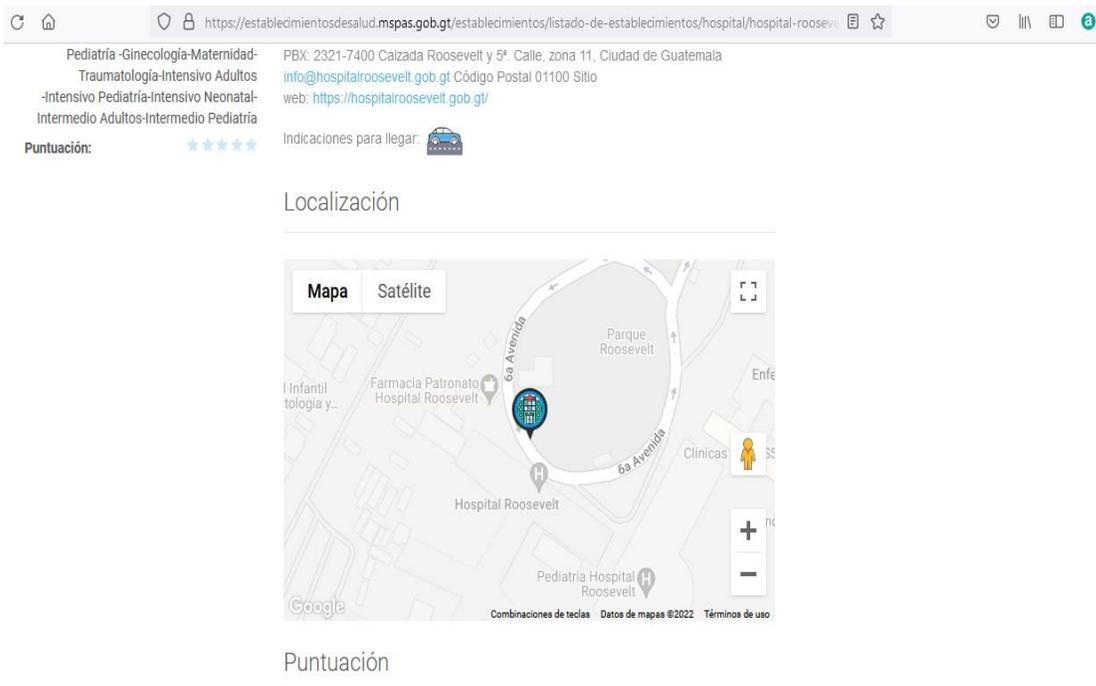
Junto a este equipo laboran alumnos de ciencias médicas de las universidades como: San Carlos de Guatemala; Rafael Landívar, Francisco Marroquín y Mariano Gálvez. Como también un grupo de voluntarios que trabajan para brindar una atención cálida y más humana para los pacientes.

1.3 Ubicación geográfica

El hospital Roosevelt, se encuentra ubicado en la Calzada Roosevelt y 5ta. Calle, zona 11, Ciudad de Guatemala

Mapa de puntuación

Figura 1 Mapa de ubicación



Autoría Hospital Roosevelt

1.4 Origen e historia

Esto comenzó en 1942, durante la reunión de Relaciones Exteriores de América, celebrado en Rio de Janeiro, se buscó promover el bienestar general de los pueblos americanos.

En agosto de ese año, el instituto junto con el Gobierno de Guatemala y el Servicio de Cooperativo Interamericano de Salud Pública, comenzaron a trabajar en pro de la salud del país. De tal manera, se emprendió con la construcción de un hospital con capacidad de 300 camas, con vigilancia tanto técnica y administrativa para la construcción.

Se escogió la antigua finca “La Esperanza” ubicada en la Zona 11 de la ciudad capital, en donde se comenzó a construir a final de 1944, con estos cambios y nuevas transiciones, el proyecto tuvo múltiples cambios.

Fue hasta el 15 de diciembre de 1955 que el Hospital Roosevelt inició formalmente sus instalaciones, con el pasar de los años, se agregaron nuevas unidades al hospital siendo una de ellas el laboratorio de Radioisótopos y consultorio para niños.

La obra fue encargada al ingeniero Héctor Quezada, inducida por el Instituto de Asuntos Interamericanos y suscrita por el Gobierno.

¿Por qué el nombre Roosevelt?

El nombre del hospital fue dado en distinción al presidente estadounidense Franklin Delano Roosevelt, siendo su gobierno el que apoyó en gran parte la construcción de uno de los emblemáticos hospitales de la capital guatemalteca. Llevando su nombre la calzada que conecta la ciudad con el occidente del país.

La construcción terminó en 1955, Guatemala aportó Q. 7 millones 260 mil 166.33, y el Gobierno de Estados Unidos donó Q1 millón, lo cual dio un total invertido de Q8 millones 282 mil 831.33.

Para el gobierno de Castillo Armas la prioridad era la salud, por lo cual dijo a los guatemaltecos: Tenemos derecho a vivir mejor, y nacer mejor y que nuestras enfermedades sean sanadas, para la convivencia individual de cada uno y para la debida protección social de todo el pueblo.

En 1962 es inaugurado en el Hospital Roosevelt el Nuevo Laboratorio de Radioisótopos El equipo fue adquirido en Estados Unidos por gestión de la comisión de energía nuclear por un valor de Q45 mil. La gestión para la compra de este aparato empezó en mayo de 1958. Así mismo, se informó que la compra se debía a que en Guatemala había médicos adiestrados en el uso de ese moderno equipo. La inauguración estuvo a cargo del embajador John O Bell estadounidense.

En 1964 se Inaugura el XV Simposio de Medicina Forense, Romero Augusto de León, presidente del Organismo Judicial, inaugura el XV Simposio de Medicina Forense, mientras el doctor José Duarte, junto a los galenos Alberto Behar, Arias Tejeda y Jaime Cohen preparaban en el laboratorio del Roosevelt la exposición del funcionamiento de un riñón artificial, el cual era el único que existía en Centroamérica. Este sería utilizado para el tratamiento de envenenamiento y trastornos severos en la función de los riñones.

En 1968 se llevó a cabo una de las mayores innovaciones a los servicios del hospital Roosevelt fue la clínica para el niño sano, la cual sería un anexo del departamento de Pediatría. Esta sección era una de las pocas que funciona en el mundo, dijo el Dr. Gustavo Castañeda jefe de dicho departamento. Este lugar servía para atender a entre 35 y 40 niños por día y a las madres de estos las instruían en cuidados preventivos.

En 1969 Lucy Darion de Arenales, en representación de la primera dama, Sara de Méndez Montenegro, entrega un pulmón artificial, cinco aparatos y una máquina lavadora de pajas para el recinto de leche, que utilizarían para la sala de niños prematuros del hospital.

1.5 Integración y alianzas estratégicas

El hospital Roosevelt trabaja con los lineamientos del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MSPAS) quien da las directrices a la red hospitalaria, sin embargo, realizan alianzas estratégicas con entidades Internacionales como:

- 1) Embajada de Estados Unidos de Norteamérica
- 2) Agencia de Estados Unidos para el desarrollo Internacional (USAID)
Estas apoyan a las siguientes fundaciones:
 - a) FUNDANIER: Fundación para el niño enfermo renal
 - b) Unidad de quemaduras pediátricas
 - c) Unidad de Atención Integral el VIH e infecciones crónicas, Dr. Carlos Adolfo Mejía Villatoro.

Esto con el fin de apoyar a los pacientes con enfermedades crónicas.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

El organigrama administrativo y de servicios del Hospital Roosevelt muestra que el establecimiento es dirigido por una Dirección Ejecutiva, que cuenta con dos brazos principales: la Junta Directiva del Cuerpo Médico del Hospital Roosevelt y las Universidades.

La Dirección Ejecutiva se subdivide en Consejo Directivo, Consultivo, Administrativo, Comisión de Proyectos, de Gestión de Riesgos, Auspicio de Asistencia Social, Gestión de Calidad, Mesa de Diálogo, Departamento de Supervisión Interna, Departamento Jurídico, Departamento de Comunicación Social y Unidad de Gestión de Servicios y Atención al Usuario.

Finalmente, la Dirección Ejecutiva se divide en Dirección Médica, Dirección de Servicios Técnico y Apoyo y Gerencia Administrativa y Financiera, que a su vez se subdividen en otros departamentos menores.

a) Subdirección de enfermería

La Subdirección de Enfermería es la responsable del cuidado directo y continuo del paciente, durante las veinticuatro horas del día.

b) Departamento de admisión e información

Se dedican a documentar pacientes con datos exactos recabados del Documento DPI, así como proporcionar información de pacientes a familiares vía personal o telefónicamente por parte del Área de Call Center de Este Departamento. Se trabaja con el Sistema de Documentación Clínica –SADC- y nuestro principal objetivo son los pacientes a quienes atendemos con calidad las 24 horas del día, los 365 días.

c) Departamento de consulta externa

Desde el 13 de marzo de 2020 debido a la covid-19 con el cierre de las consultas externas todo el personal médico y personal de enfermería de las consultas externas fue trasladado a otros servicios del hospital para apoyar con la emergencia mundial, por lo que no hubo actividad de atención a los pacientes ambulatorios de las diferentes especialidades.

d) Emergencia de adultos

Es un pilar importante para la atención de pacientes, en las zonas urbanas de la ciudad de Guatemala, además de ser la puerta de entrada para funcionamiento del sistema de referencias medicas provenientes de los hospitales nacionales, seguridad social y de instituciones de carácter privado, tanto a nivel local como a nivel nacional.

e) Departamento de gestión del servicio y atención al usuario:

Es la unidad de calidad y apoyo, instancia para que el usuario pueda tener la atención coherente, eficiente y eficaz, para obtener el producto o servicio en el momento y lugar adecuado.

f) Departamento laboratorios clínicos y patología

Proporcionar servicios de apoyo para el diagnóstico médico, mediante atención personalizada por médicos especialistas y Personal Técnico en el área del Laboratorio Clínico e

histopatológico con preparación académica constante; manejando procesos de vanguardia en todos los estudios que realizan.

g) Banco de sangre

Es la unidad encargada de proporcionar apoyo médico y técnico especializado mediante la ejecución de procedimientos para obtener, recolectar, conservar, aplicar y proveer sangre humana, así como para analizar y conservar, aplicar y proveer componentes de esta.

h) Departamento de pediatría

El Departamento de Pediatría del Hospital Roosevelt, dependencia del ministerio de salud pública y asistencia social del gobierno de Guatemala, fundada en 1957, brinda la atención médico-asistencial a la población pediátrica de 0 – 12 años que solicita su atención.

i) Departamento de resguardo y vigilancia

El Departamento de Resguardo y Vigilancia se encarga de velar por la seguridad de nuestro centro asistencial, estando al cuidado del personal, pacientes y vehículos que ingresan y egresan diariamente al hospital.

j) Departamento informática

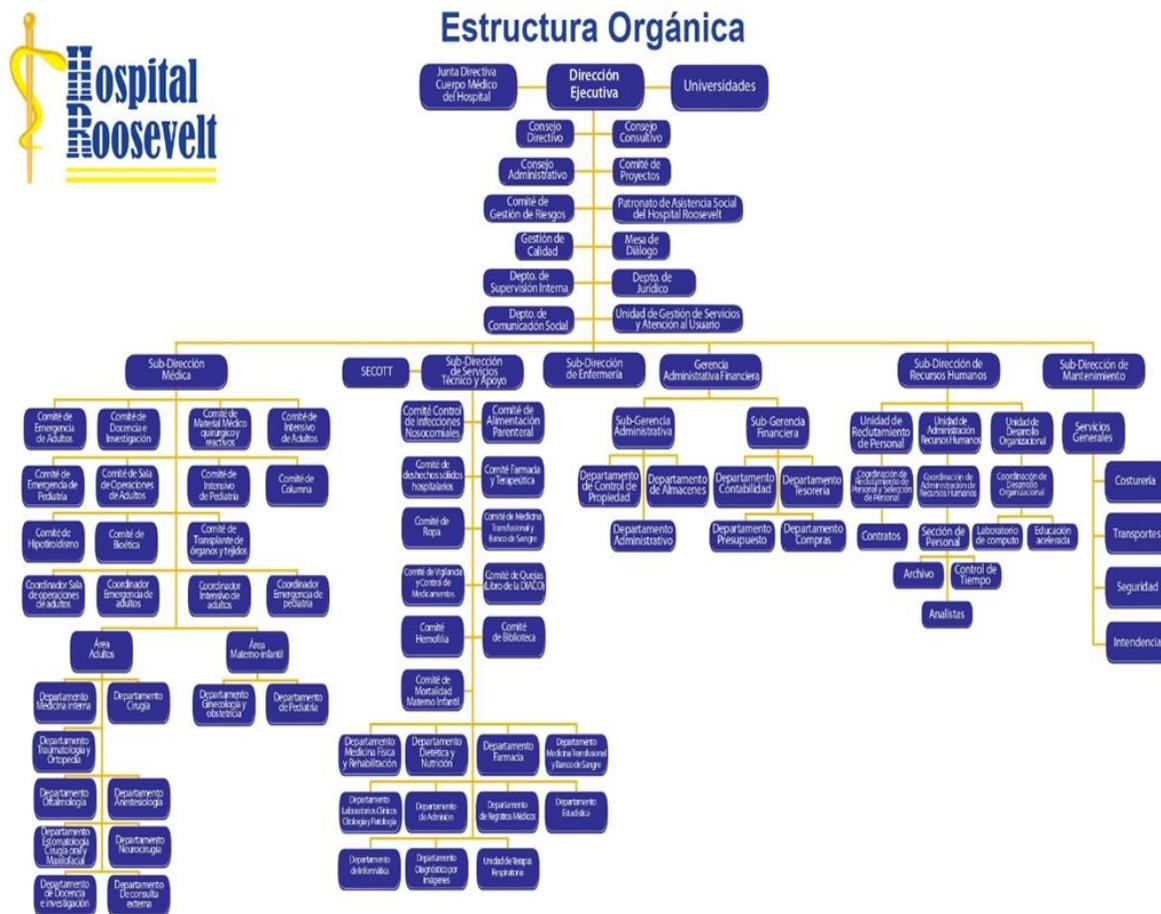
Con una red conformada por más de 350 computadoras y similar número de usuarios, 150 impresoras, 500 puntos de red y miles de metros de cable de red:

- Mantenimiento y reparación constante a las computadoras, impresoras, cableado, etc.
- Instalación de computadoras, revisión y configuración de sistemas operativos, revisión, instalación y configuración de impresoras y escáner
- Instalación del software de necesario para el funcionamiento de las aplicaciones para equipos nuevos o reparados (Office, Antivirus, Windows y aplicaciones propietarias como SADC, SAHRR, SICOMAR, BASAHR, SIAHR, SIAHAD, etc.)
- Atención a usuarios
- Dictámenes técnicos sobre estado de equipo de computación (computadoras e impresoras)

- Mantenimiento y configuración de los distintos servidores (SQL, Datos, DHCP, Dominio, DNS, Antivirus y Proxy)

1.7 Organigrama de la institución

Figura 2 Organigrama



Autoría Hospital Roosevelt

1.8 Misión

La misión según el Hospital Roosevelt es brindar servicios hospitalarios y médicos especializados de encamamiento y de emergencia, de acuerdo con las necesidades de cada paciente, en el momento oportuno y con calidad, brindando un trato cálido y humanizado a la población. Ofrecen a estudiantes de ciencias de la Salud, los conocimientos, habilidades y

herramientas necesarias para formarlos como profesionales especialistas, en la rama de la salud, en respuesta a las demandas de los tiempos modernos.

1.9 Visión

Ser el principal hospital de referencia nacional del sistema de salud pública del país, brindando atención médica y hospitalaria especializada, con enfoque multiétnico y culturalmente adaptado.

1.10 Objetivos institucionales

Desarrollar acciones de promoción, prevención y rehabilitación de la salud y brindar atención médica especializada a la población referida por los establecimientos de la red de servicios de salud que requieran dicha atención. Esta atención médica especializada, requiere alta tecnología, recursos humanos especializados, materiales y equipos.

Valores

- Puntualidad
- Honestidad
- Integridad
- Equidad
- Justicia
- Respeto
- Responsabilidad

Filosofía

Es una institución compuesta de hombres y mujeres con una mentalidad positiva y propositiva, convencidos de las infinitas potencialidades de los humanos:

- El valor de la vida humana y la integridad del ser humano.
- La salud como base para el desarrollo integral de las en Guatemala en los valores de trabajo, como el mejor camino para reafirmar cotidianamente la independencia de la nación

1.11 Público objetivo

Personas que habitan en la ciudad de Guatemala, departamentos y zonas aledañas que requieran los servicios médicos hospitalarios de especialidades y subespecialidades

1.12 Diagnóstico

El diagnóstico de comunicación es una valoración objetiva del funcionamiento de las acciones, canales, contenidos e iniciativas de comunicación en las que se encuentra trabajando una empresa o institución. Es el inicio de la planificación estratégica de esa misión.

En la conferencia del propedéutico impartida a los estudiantes del Ejercicio Profesional Supervisado a los estudiantes graduandos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, la licenciada Brenda Chacón nos indica que es un “proceso de investigación estructurada, basada en el análisis y la recopilación de información, que tiene como objetivo recabar información sobre los procesos de comunicación, interna y externa de la institución objeto de estudio, a fin de someterlos a examen minucioso para identificar los ruidos y barretas que se estén produciendo, con el propósito de obtener insumos empíricos para mejorar, fortalecer y/o potencializar la comunicación”.

El diagnóstico parte de la evaluación de la identidad corporativa (qué y quiénes somos, que buscamos, con base en qué principios, hacia dónde vamos), la identificación de los públicos (internos y externos), y la manera en la que la institución objeto de estudio se comunica con estos para alcanzar sus objetivos estratégicos.

1.12.1 Pregunta de Investigación

¿Cómo se realiza la comunicación externa en el Hospital Roosevelt?

1.12.2 Objetivo general

a) Conocer el proceso de comunicación externa del hospital Roosevelt en el área de consulta externa.

1.12.3 Objetivos específicos

- a) Identificar los canales de comunicación externa
- b) Evaluar la efectividad de la comunicación externa
- c) Identificar el contenido de la información que se transmite a lo externo

1.3 Metodología

Según Tamayo y Tamayo, 2007, científicamente la metodología es un procedimiento general para lograr de manera precisa el objetivo de la investigación, por lo cual nos presenta los métodos y técnicas para la realización de la investigación

1.13.1 Descripción del método

Este diagnóstico está enfocado en el método descriptivo con base a la definición del libro Investigación Documental (Investigación Científica), del Lic. Reynerio Vásquez Premio Literario Interamericano Caracas, Venezuela Flasoés 1994, en el cual se hace referencia que este método investiga hechos que se observan directamente, delinea lo que es, comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o proceso de los fenómenos.

El proceso de la investigación descriptiva se basa en la recolección y tabulación de los datos. Supone un elemento interpretativo del significado o importancia de lo que se describe.

Según Sampieri, los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión unida, para efectuar inferencias resultado de toda la investigación obtenida.

En el cual se incluirán los métodos de: observación, documentación, entrevistas y encuestas, los cuales ayudarán a resolver de mejor manera este diagnóstico.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

a) Observación

La primera técnica del diagnóstico fue la observación, es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis. La observación es un mecanismo primordial de todo proceso de investigación; con ella se apoya el investigador para alcanzar el mayor número de datos.

En este diagnóstico se utilizó la observación No participante, donde el investigador es un espectador juicioso, en el cual utiliza sus cinco sentidos para detectar las variables que incluyen en la comunicación interna y externa del hospital. Dicha observación fue realizada durante dos días, el primer día 17 de febrero fue en las instalaciones del departamento de comunicación del hospital Roosevelt y el segundo día 18 de febrero en las diferentes áreas del hospital, ubicado en el área metropolitana de la zona 11 de la ciudad de Guatemala.

El objetivo de la observación fue conocer, identificar y evaluar de manera precisa el proceso de comunicación externa del departamento y su funcionamiento, así como los canales de comunicación utilizados, esto contribuirá para elaborar el cuestionario de preguntas de las encuestas, las cuales se realizarán posteriormente y así planear el proceso de recolección de los datos.

La observación del recorrido del hospital se llevó a cabo con base a una serie de variables a observar tales como: identidad corporativa, gestión de comunicación, medios y canales, clima laboral, ámbito de comunicación externa, Responsabilidad social empresarial, manejo de crisis entre otros.

b) Documentación

Es aquella que determina las fuentes escritas o grabadas, es decir, documentadas como son textos, periódicos, revistas anuarios, grabaciones o filmaciones etc.

Para este proyecto se utilizó, los materiales digitales del sitio web oficial de www.hospitalroosevelt.gob.gt, memoria de labores de los años 2020 y 2021, sitio web oficial de www.establishmentosalud.mspas.gob.gt.

c) Entrevista

Según Taylor y Bogan (1986) la entrevista es un conjunto de repetidos encuentros entre el entrevistador y sus informantes, encaminados hacia la comprensión de las perspectivas que los informantes tienen con respecto a sus vidas, experiencias y situaciones vividas.

Durante el proceso se efectuó una entrevista no estructurada, para dar un margen de libertad muy amplio, dado que esta se construye a medida que el sujeto responde, las entrevistas fueron con la coordinadora del departamento de Comunicación, así como la asistente de promoción o encargada de las redes sociales del área de comunicación.

La primera entrevista fue con la Coordinadora de Comunicación Sharon Ávila indica que son la parte oficial de la comunicación interna y externa del hospital, dando a conocer todas las actividades que son en beneficio de la población guatemalteca, para los pacientes en plan de salud de prevención o en las emergencias.

Esto se hace por medio de las redes sociales oficiales del hospital, Facebook, Instagram y Twitter, emitiendo comunicados de prensa, haciendo algún video con el Dr. Marco Tulio Barrientos, director del hospital con algunas unidades que se ven involucradas en temas de salud o emergencia y con médicos especialistas según el tema a tratar en su momento.

Las redes también se utilizan para informar sobre visitas de pacientes, cambios de horarios y alguna labor social para encontrar a familiares de los pacientes internados en las diferentes especialidades.

Es el encargado de convocar a los medios de comunicación y coordinar las conferencias de prensa, para tratar temas de prevención de salud y alertas de emergencia a nivel nacional.

Mencionó que licenciada Lilian Román es la encargada de manejar las redes sociales, quien desarrolla anualmente las estrategias las cuales deben estar enlazadas con el cumplimiento de la estrategia general de comunicación que tiene el hospital.

La segunda entrevista, se llevó a cabo con licenciada Lilian Román ella inicio laborando desde el 2014, después de haber realizado su Ejercicio Profesional Supervisado sobre el tema de la implementación de redes sociales en el hospital.

Anteriormente solo se tenía un manual de identidad, luego se creó Facebook y Twitter que fueron los más conocidos, los primeros dos años de labor ella trabajo para implementar las campañas en las redes sociales.

Actualmente ella administra las redes sociales, ya que el departamento cuenta únicamente con dos personas, apoyándose para desarrollar y mantener la imagen del hospital.

Durante varios años se ha mantenido la misma linea grafica para que los seguidores reconozcan la imagen del hospital.

Se desarrollan campañas cada 3 meses las cuales son compartidas a los seguidos en sus diferentes plataformas virtuales, sin embargo, la página Web es compartida con el área de informática quien lleva a cabo todo lo relacionado a desarrollo de programación y un parte de información que ellos generan.

A pesar del poco presupuesto que tiene el departamento, siempre reciben el apoyo total de la dirección del hospital y de todos los futuros profesionales que deseen apoyar y aportar sus conocimientos y proyectos en beneficio de los pacientes del hospital.

d) Encuesta

Según presentación de las técnicas de recolección de datos de Licenciada Evelin Hernández, la encuesta es la técnica mediante la cual se adquiere información de una parte de población o universo a lo que se le denomina muestra.

Las preguntas que se realizan a través de ella están relacionadas estrechamente a los objetivos, para la realización de la encuesta de este diagnóstico se definió una muestra de 80 personas, la misma se realizó de manera presencial en las diferentes áreas de la consulta externa, siempre cumpliendo los protocolos de salud COVID-19, el propósito de la encuesta era conocer la percepción de la comunicación externa de los pacientes que asisten a la consulta externa del hospital.

Para ello se realizaron preguntas de tipo demográfico, geográfico, canales de comunicación entre otras.

1.13.3 Interpretación de los resultados

Tabla 1 Tabla de Consensos y Disensos

Tabla de Consensos y Disensos		
Preguntas	Consensos	Disensos
Cuál es el proceso de comunicación externa que tiene el hospital?	Son la comunicación oficial del hospital	
Cuáles son los canales que utilizan para informar a su público objetivo?	medios de comunicación y redes sociales,	
Cuál es la función principal del departamento de Comunicación del Hospital?	Dar a conocer las actividades de prevención y de emergencia a los beneficiados del hospital	Desarrollar campañas informativa digitales
Qué tipo de información genera el hospital para sus pacientes y familiares?	Cambios de horarios, nuevas especialidades, implementación nuevo servicio, temas de salud, enfermedades	
Dónde se desarrolla la información que genera el hospital en temas de salud?	En el área de comunicación con la Coordinadora de comunicación y encargada de redes sociales	
En caso de una emergencia nacional, como le hacen saber a las personas los cambios generados?	Se convoca a los medios de comunicación y el Director del hospital es quien informa	
Qué tipo de comunicación externa utilizan?	Web corporativa, redes sociales, comunicados, notas y conferencias de prensa	
De qué manera informa el hospital a la población nuevos beneficios o especialidades	Por sus redes oficiales, con carteles en las entradas principales y clínicas de especialidades	

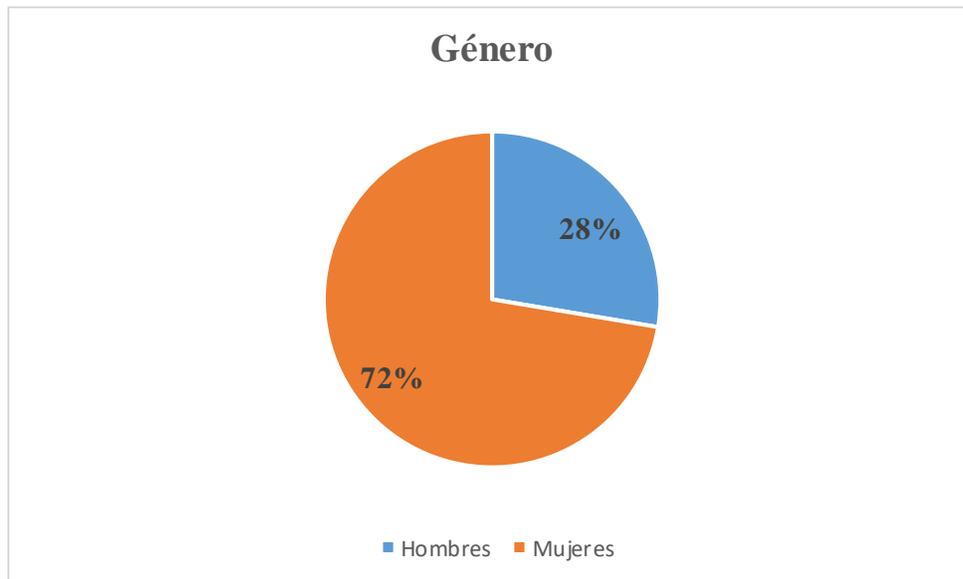
Autoría propia

En este cuadro de consensos y disensos podemos corroborar que las personas que laboran en el departamento de comunicación de 8 preguntas coincidieron con 7, teniendo una diferencia de respuesta en la pregunta 3, la cual cada una indica su principal función en el departamento de acuerdo con las actividades que desarrollan.

Podríamos decir que en un 87.5 % tienen consensos, lo que muestra confiabilidad en la información.

Pregunta 1: Su Género

Figura 3 Género

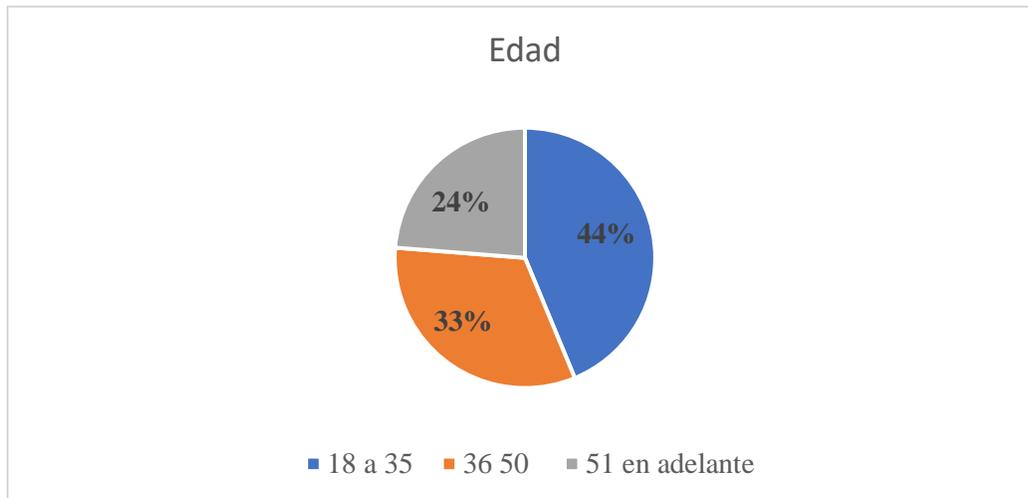


Fuente: Autoría propia

De esta forma se demostró que la mayor parte que respondió la encuesta son mujeres, de 80 encuesta se muestra que el hospital Roosevelt es más visitado por este género.

Pregunta 2: Rango de edad:

Figura 4 Edad

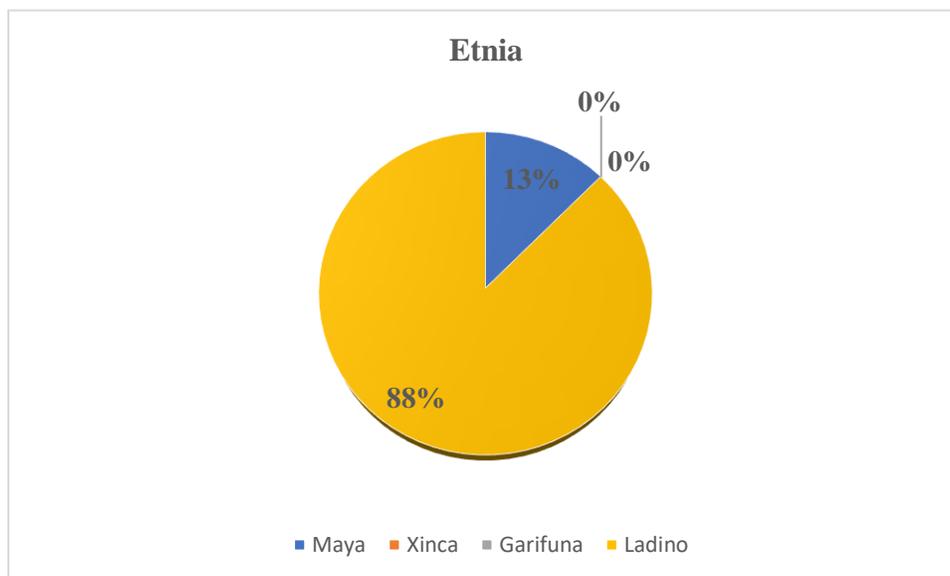


Fuente: Autoría propia

Para obtener más información demográfica se colocó el rango de edad que asiste a la consulta externa del hospital, siendo el mayor porcentaje el rango de 18 a 35 años, siendo 35 personas que están dentro de este promedio de edad.

Pregunta 3 Etnia

Figura 5 Etnia



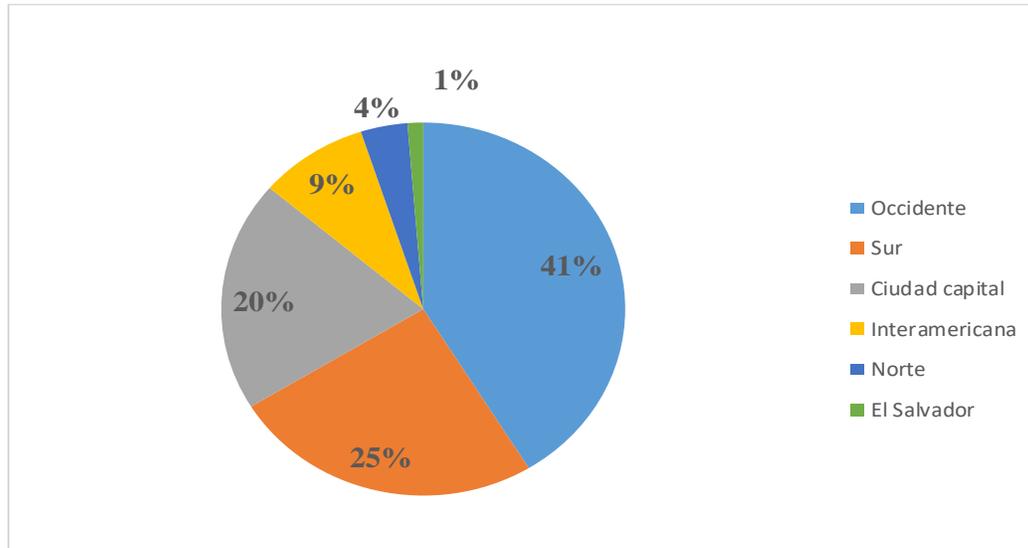
Fuente: Autoría propia

Guatemala es una sociedad multiétnica, pluricultural y multilingüe donde conviven los pueblos indígenas maya, xinka, garífuna y los ladinos.

Por ello se incluyó esta pregunta se incluyó, la cual al observar algunas variables en las personas nos indicarían su etnia, esto con el fin de evitar incomodar a las personas con esta pregunta, la gráfica muestra que la mayor cantidad de encuestados eran ladinos, siendo 70 personas.

Pregunta 4 ¿En qué zona o departamento vive?

Figura 6 zona o departamento



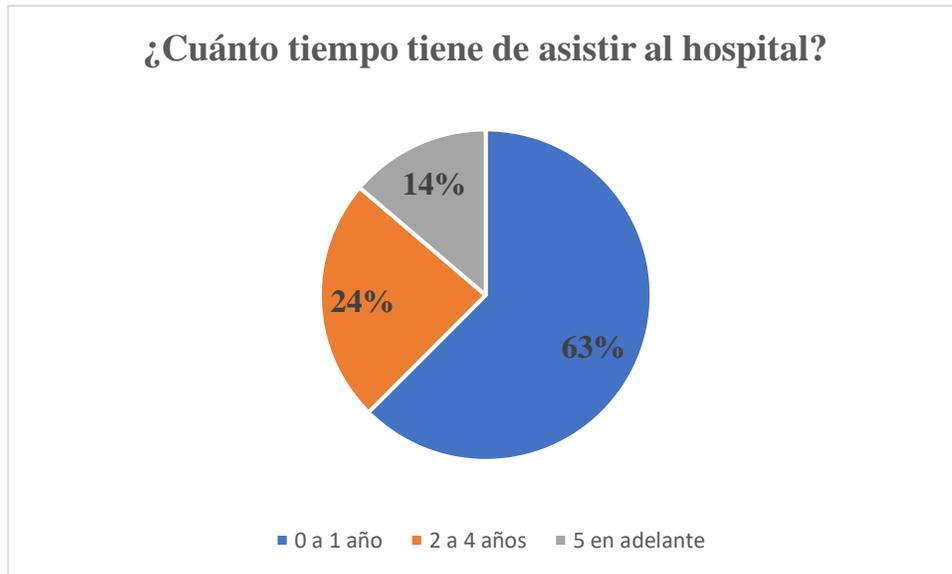
Fuente: Autoría propia

También se incluyó la pregunta del lugar o departamento donde viven las personas que llegan a la consulta externa del hospital, el resultado de la encuesta arrojó que más de la mitad de las personas residen en las zonas 7, 11, Mixco, Ciudad Quetzal y Quetzaltenango las cuales pertenecen al área del Occidente, siendo ellas 33 personas, le sigue el área Sur con 20 personas que viven en Zona 12, 21, Villa Nueva, Amatitlán, Suchitepéquez y Puerto de San José.

En la ciudad capital con 16 personas que viven en las zonas 1, 5 y 8, en la carretera Interamericana con 7 personas que residen en San José Pínula, Fraijanes y Jutiapa, en el área Norte 3 personas, en la zona 16,18 y Palencia, por último, una persona que venía de El Salvador, con esto podemos decir que en varias regiones del país requieren los servicios del hospital y que la mayoría son del interior de nuestro país.

Pregunta 5 ¿Cuánto tiempo tiene de asistir al hospital?

Figura 7 Tiempo de asistir hospital

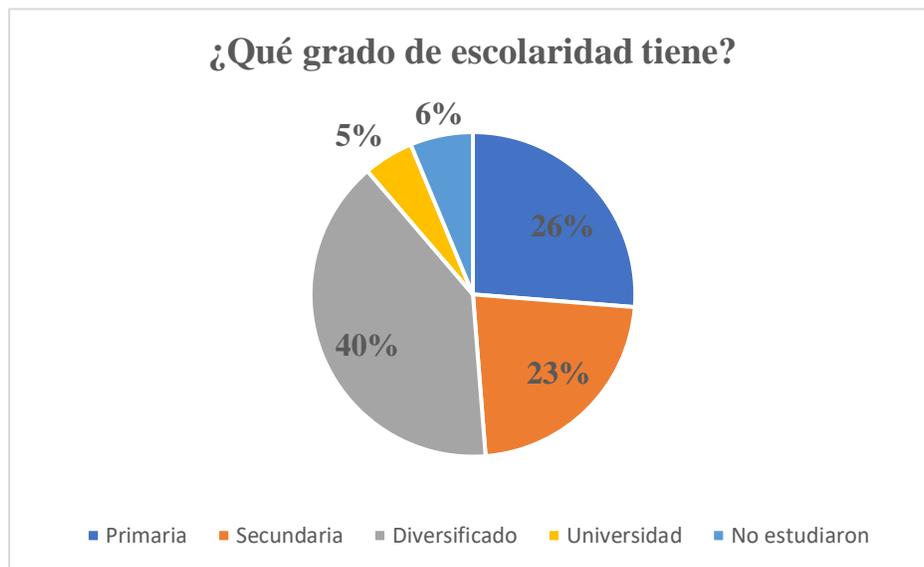


Fuente: Autoría propia

Esta pregunta se elaboró en 3 rangos de antigüedad, esto con el fin de conocer la comunicación externa que llega a los pacientes para hacen uso de los servicios de consulta externa, el resultado de la encuesta indicó que 50 personas tienen un año de asistir, 19 personas están en el rango de 2 a 4 años y 11 personas están en el rango de 5 años en adelante.

Pregunta 6 Grado de Escolaridad

Figura 8 Escolaridad



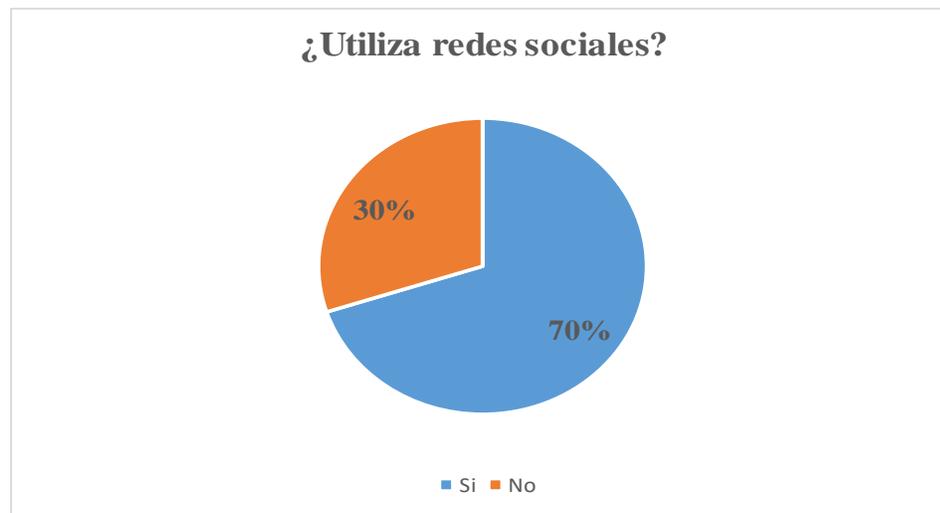
Fuente: Autoría propia

Guatemala ha tenido muy bajo el nivel de educación. La escolaridad en Guatemala es sumamente pequeña, se estima que el promedio es de solo 2.3 años. Inclusive menor en los departamentos con mayores habitantes indígenas.

Sin embargo, esta grafica indica que el mayor porcentaje de las personas encuestadas tienen un grado de escolaridad a nivel diversificado, siendo ellas 32, primaria con 21 personas, secundaria con 18 personas, universitarios 4 personas y 5 personas encuestadas que no habían estudiado, lo que nos indica que la educación en nuestro país está mejorando.

Pregunta 7 ¿Utiliza redes sociales?

Figura 9 Utiliza redes sociales



Fuente: Autoría propia

La tecnología de la información y la comunicación ha cambiado rápidamente en los últimos 20 años con un desarrollo clave como la aparición de las redes sociales, por ello se incluyó esta pregunta, la cual aportará información valiosa para la comunicación externa con los pacientes.

El resultado indica que las redes sociales predominan en la actualidad, ya que las 56 personas que equivalen al 70% de los encuestados indicaron usarlas.

Pregunta 8 Sabe leer y escribir:

Figura 10 Sabe leer y escribir



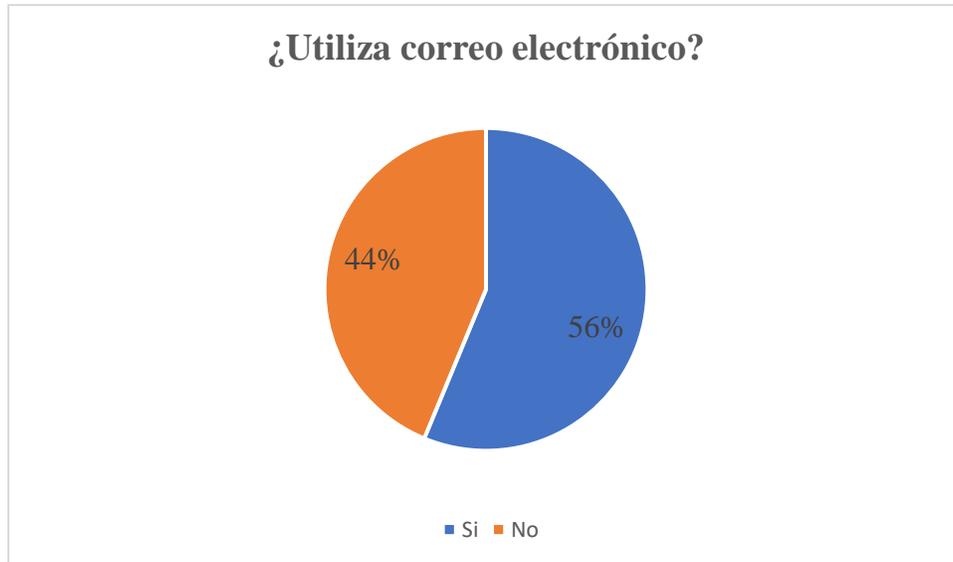
Fuente: Autoría propia

Guatemala tiene una tasa de alfabetización del 81,29%. Siendo la masculina 86,76%, superior a la femenina que es del 76,37%. En la clasificación de tasa de alfabetización vemos que es el 103° en nuestro país.

En la encuesta se muestra que el 91% equivalente a 73 personas encuestadas saben leer, lo que indica que los pacientes del hospital están alfabetizados.

Pregunta 9 ¿Utiliza correo electrónico?

Figura 11 Utiliza correo electrónico



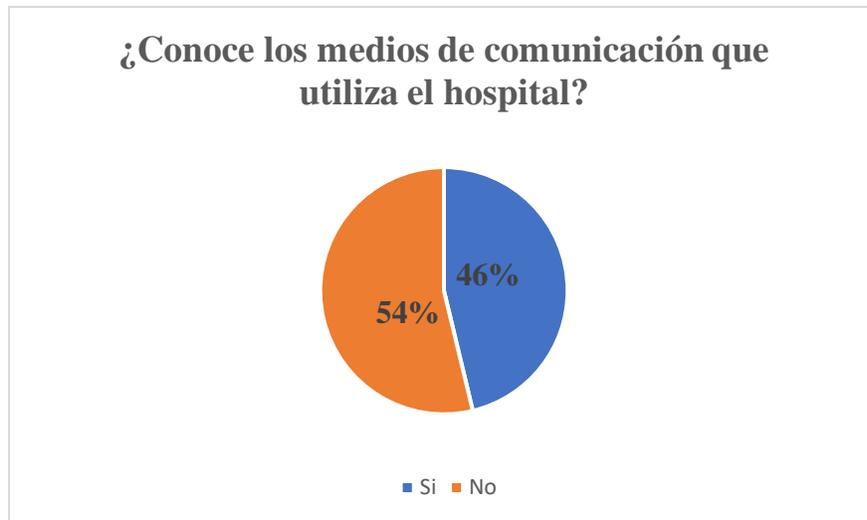
Fuente: Autoría propia

Hoy en día, los mensajes electrónicos son una de las herramientas digitales de mayor utilidad. Desde sus inicios y progresivo desarrollo, el envío de correos nos permite comunicarnos rápidamente con cualquier persona o entidad, en cualquier parte del mundo.

Esta pregunta respondió que el 56% equivalente a 45 personas encuestadas, si utiliza correo electrónico, con esto identificamos que los pacientes de la consulta externa pueden utilizar esta herramienta.

Pregunta 10 ¿Conoce los medios de comunicación que utiliza el hospital?

Figura 12 conoce los medios de comunicación

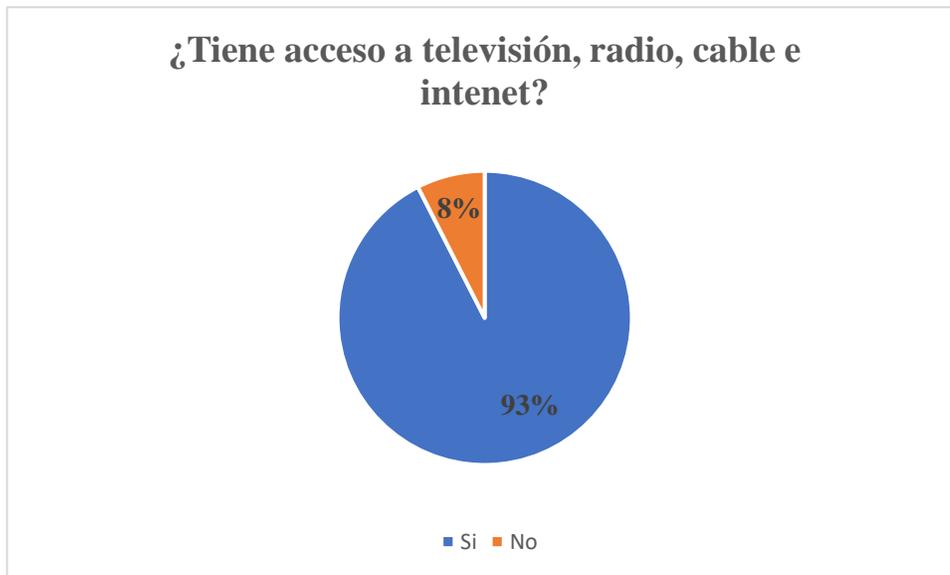


Fuente: Autoría propia

En la actualidad el hospital utiliza diferentes medios de comunican entre ellos: Pagina web, comunicados, redes sociales, teléfono etc. para ello se realizó esta pregunta indicando que el 54% equivalente a 43 personas no conoce los medios de comunicación que utilizan, y el 46% o sea las 37 personas encuestadas si los conocen.

Pregunta 11 ¿Tiene acceso a televisión, radio, cable e internet?

Figura 13 Tiene acceso a tv, radio, cable



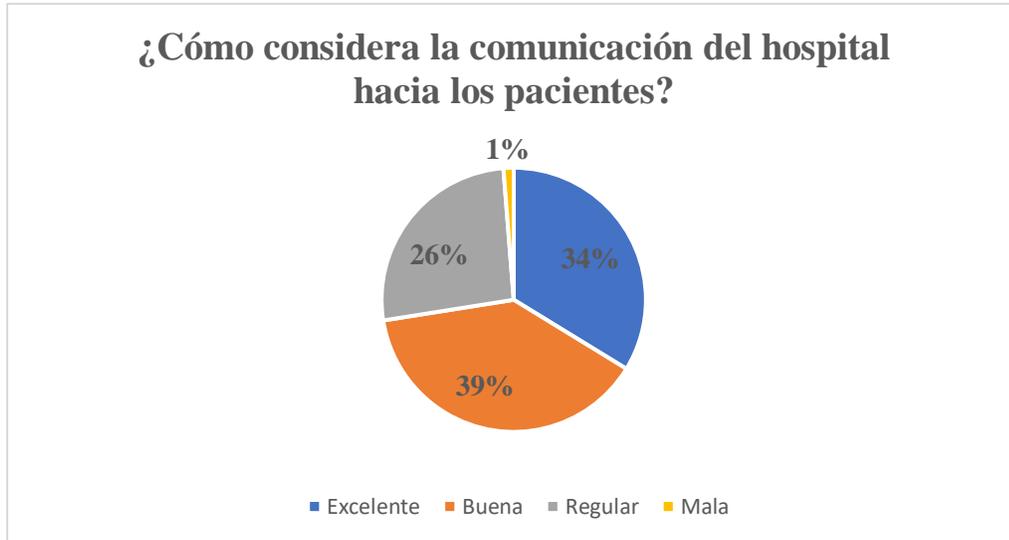
Fuente: Autoría propia

Tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

La encuesta refleja que el 93%, 74 personas encuestadas si poseen acceso a este tipo de tecnología en su mayoría a todas, el 8% que equivale a 6 personas no cuentan con ese acceso.

Pregunta 12 ¿Cómo considera la comunicación del hospital hacia los pacientes?

Figura 14 Cómo considera comunicación del hospital



Fuente: Autoría propia

Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es “el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos”.

La encuesta indica que el 34% = 27 encuestados la comunicación es excelente, el 39% = 31 es buena, 26% = 21 personas es regular y no menos importante 1 personas indica que es mala.

Pregunta 13 ¿Conoce los canales de comunicación que utiliza el hospital para informar al público?

Figura 15 Conoce los canales de comunicación



Fuente: Autoría propia

Los canales de comunicación son el soporte mediante el cual se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor. Circulares, internet, teléfono, correo electrónico, mensajes de texto, radio, prensa, televisión...

El 51% equivalente a 41 encuestados no conoce los medios de comunicación que utiliza el hospital, el 49% 39 personas encuestadas si conocen. Esto indica que los medios utilizados están pasados de la media al informar.

Pregunta 14

¿Considera usted que la manera de informar del hospital es la más adecuada?

Figura 16 Considera usted que la manera de informar



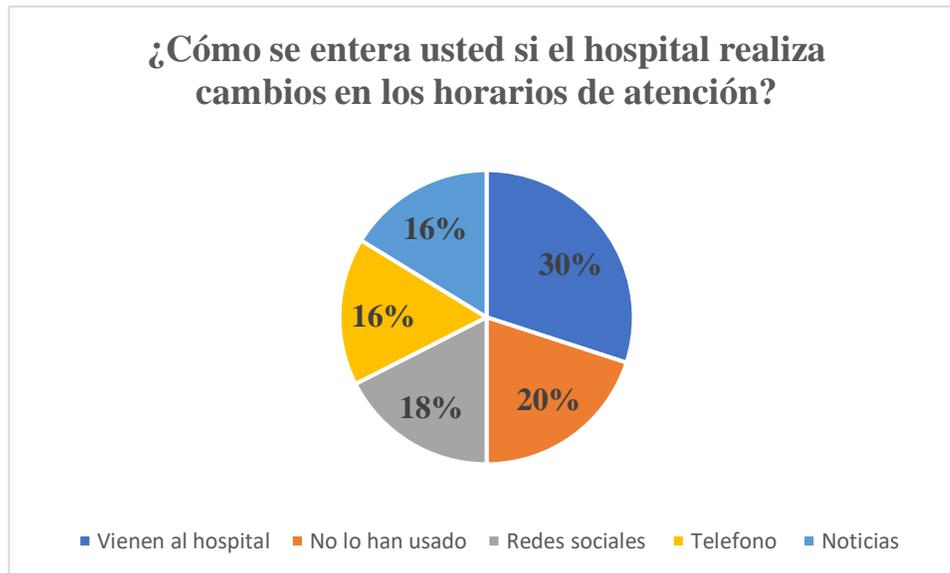
Fuente: Autoría propia

Según el diccionario de Oxford Languages informar es hacer que alguien se entere de una cosa que desconoce.

La respuesta es que el 79% = 63 personas encuestadas confirmaron que la manera de informar del hospital les parece adecuada. Esto evidencia que la forma de informar cumple con las expectativas de los pacientes.

Pregunta 15 ¿Cómo se entera usted si el hospital realiza cambios en los horarios de atención?

Figura 17 Cómo se entera de los cambios



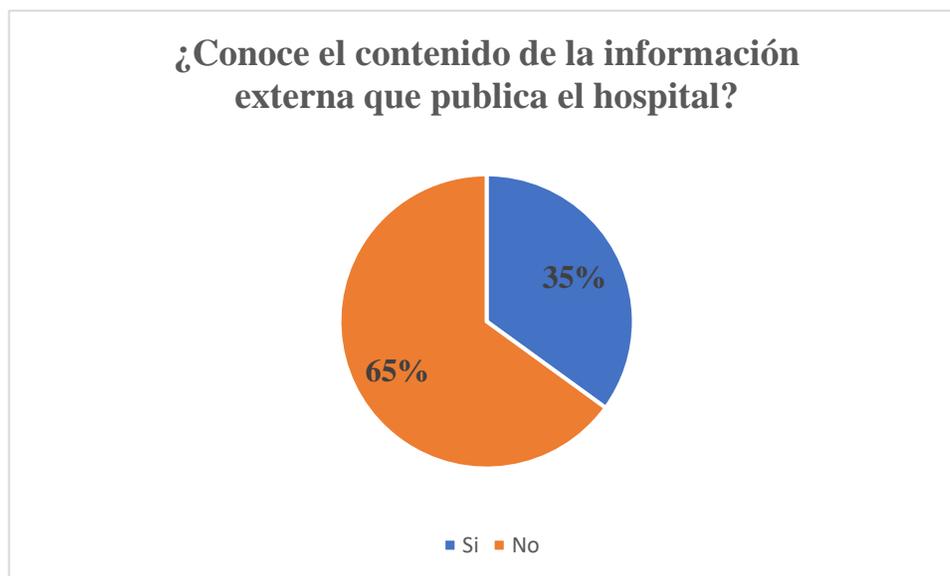
Fuente: Autoría propia

Derivado de la situación sanitaria del país por COVID-19, el hospital en ocasiones ha limitado el acceso a sus pacientes a la consulta externa, por lo cual se incluyó esta pregunta para saber si las personas se enteran de esos cambios.

La encuesta muestra que el 30% tiene que llegar al hospital para enterarse, el 20% contestaron que no han tenido necesidad de ver esos cambios ya que su asistencia al hospital es reciente, el 18% indica que se enteran por redes sociales, el 16% que personeros del hospital les llaman por teléfono para informarles de los cambios y el 16% restante se entera por las noticias.

Pregunta 16 ¿Conoce el contenido de la información externa que publica el hospital?

Figura 18 Conoce el contenido de la información



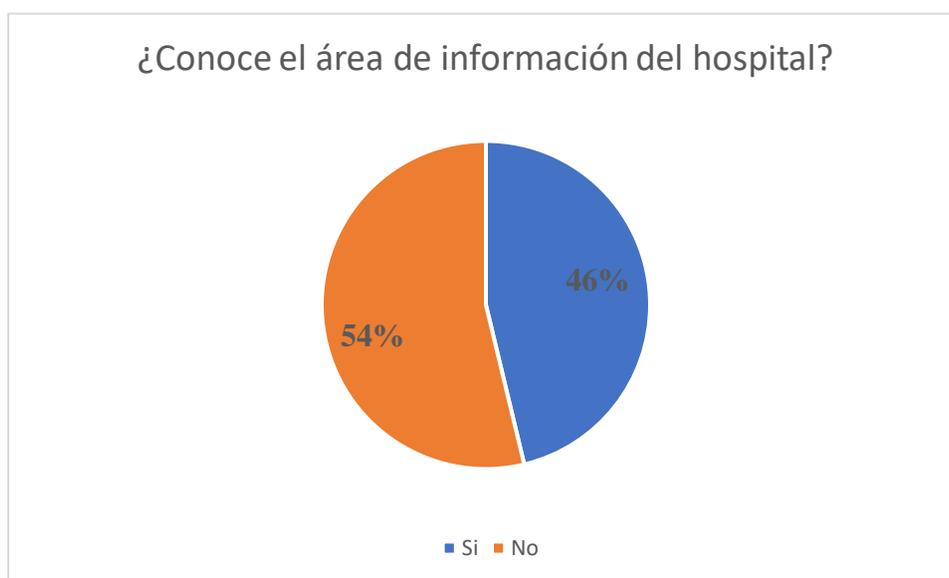
Fuente: Autoría propia

Según Idalberto Chiavenato afirmaba que la información consiste en un conjunto de datos que poseen un significado, de modo tal que reducen la incertidumbre y aumentan el conocimiento de quien se acerca a contemplarlos.

Esta pregunta muestra que el 65% equivalente a 52 personas encuestadas no conocen el contenido de la información del hospital y el 35% igual a 28 personas respondieron que si conocen la información, esto muestra que la información externa que publica el hospital no está llegando a todos los usuarios de este.

Pregunta 17 ¿Conoce el área de información del hospital?

Figura 19 Conoce el área de información



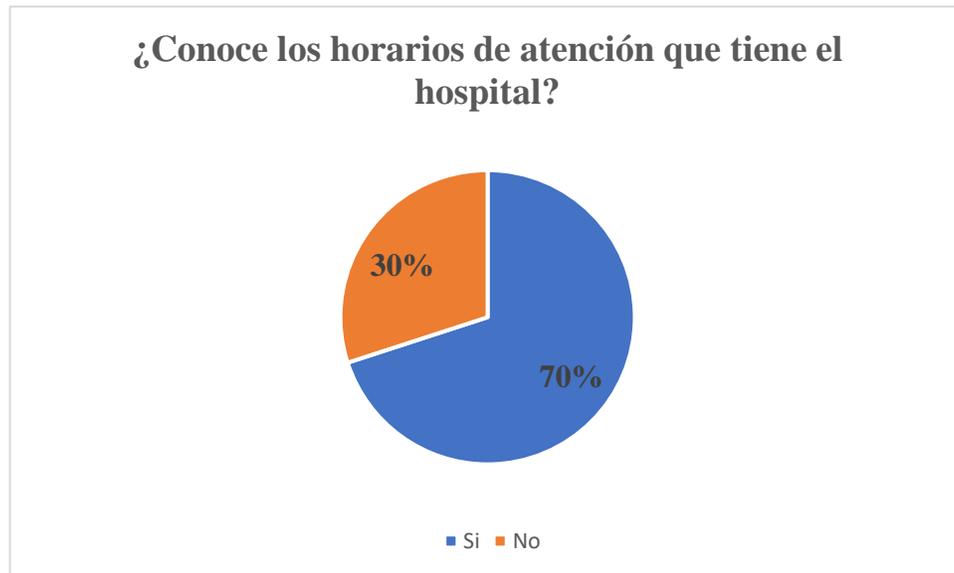
Fuente: Autoría propia

El hospital cuenta con un departamento de Gestión del Servicio y Atención al Usuario, siendo la unidad de calidad y apoyo, instancia para que el usuario pueda tener la atención coherente, eficiente y eficaz, para obtener el producto o servicio en el momento y lugar adecuado.

Esta pregunta revela que el 54% = 43 personas encuestadas no conocen esta área, pero los 37 restantes indicaron que si la conocen.

Pregunta 18 ¿Conoce los horarios de atención que tiene el hospital?

Figura 20 Conoce los horarios de atención



Fuente: Autoría propia

El hospital tiene horarios específicos de atención en la consulta externa, el resultado de esta pregunta indica que el 70% = 56 encuestados respondieron si, el 30% = 26 personas afirman que no conocen los horarios. Esto muestra que los horarios de atención si cumplen su objetivo.

Pregunta 19 ¿Considera usted que existen distractores en la comunicación externa del hospital?

Figura 21 Considera usted que existen distractores



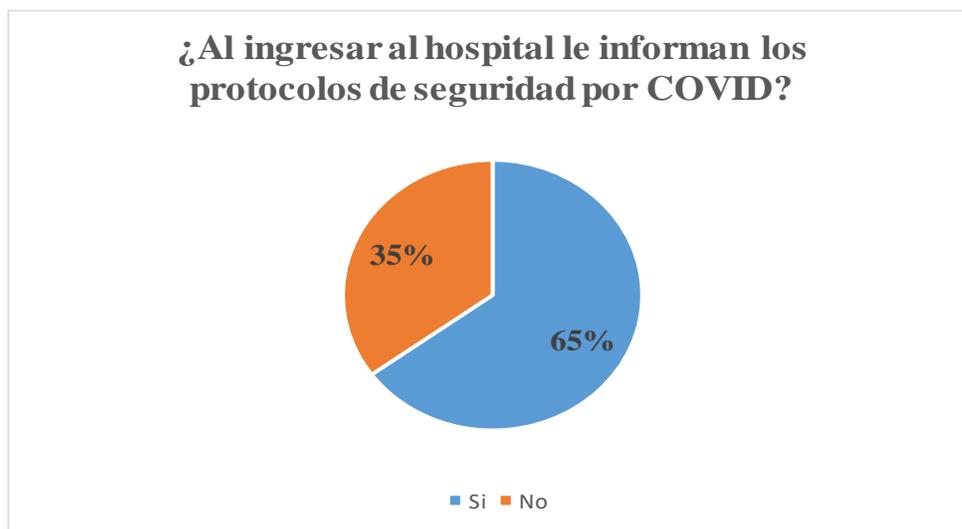
Fuente: Autoría propia

Los elementos distractores son aquellos que llaman la atención de las personas en un evento comunicativo, imposibilitando que ésta se produzca o haciendo que se origine pobremente. Estos pueden ser otros individuos hablando, muchos mensajes, etc.

Esta pregunta demuestra que el 70% equivalente a 56 personas respondió que no existen distractores ya que consideran que por ser un hospital es normal cualquier ruido ambiental, sin embargo; los otros 24 encuestados expresaron que sí.

Pregunta 20 ¿Al ingresar al hospital le informan los protocolos de seguridad por COVID?

Figura 22 le informan los protocolos



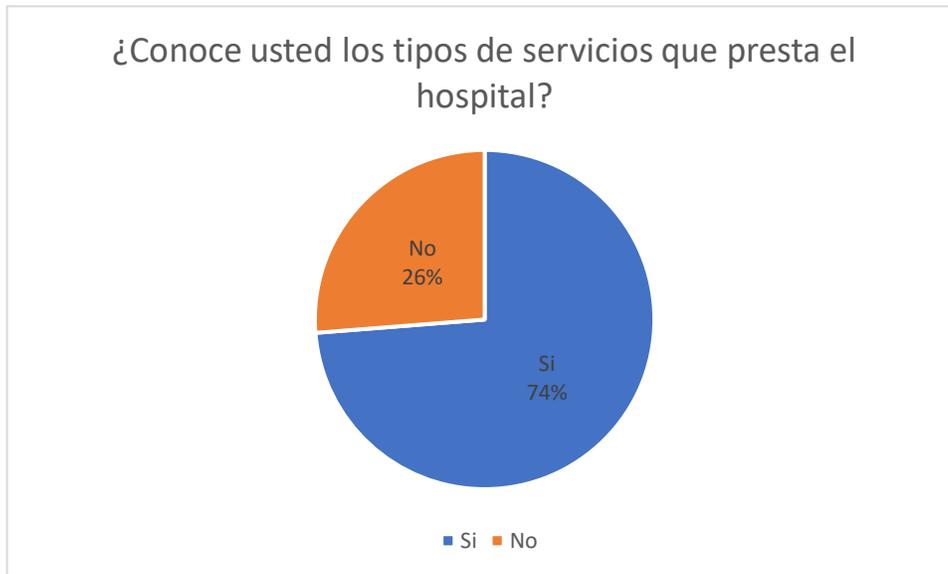
Fuente: Autoría propia

Según la Organización Mundial de la Salud la enfermedad por coronavirus (COVID-19) es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. Resguárdese a sí mismo y a los demás de la infección protéjase a una distancia mínima de un metro y medio de los demás, colocándose una mascarilla bien ajustada y lavándose las manos o limpiándolas con un antiséptico de base alcohólica con frecuencia.

Esta pregunta responde que el 65% de los encuestados contestaron que, si les informan de los protocolos de seguridad y el 35% indicaron que no, sin embargo, indicaron que hay gel en las diferentes áreas a las que se dirigen y que deben ingresar con mascarilla.

Pregunta 21 ¿Conoce usted los tipos de servicios que presta el hospital?

Figura 23 Conoce usted los tipos de servicios

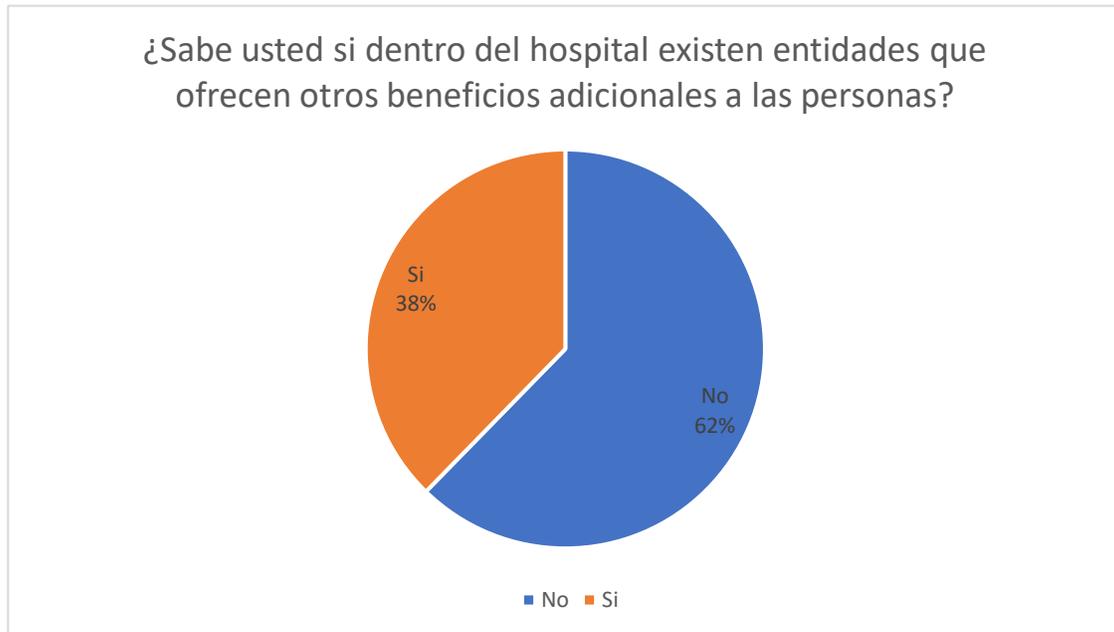


Fuente: Autoría propia

El hospital Roosevelt cuenta con varios servicios en la consulta externa, entre ellas: medicina interna, cirugía, ortopedia, maternidad, ginecología, pediatría, traumatología oftalmología y otras subespecialidades, por lo cual esta pregunta es relevante, el 74% respondió que sí y el 26% no, esto evidencia que los servicios son conocidos por la mayoría de sus pacientes.

Pregunta 22 ¿Sabe usted si dentro del hospital existen entidades que ofrecen otros beneficios adicionales a las personas?

Figura 24 Sabe si existen entidades que ofrecen otros beneficios

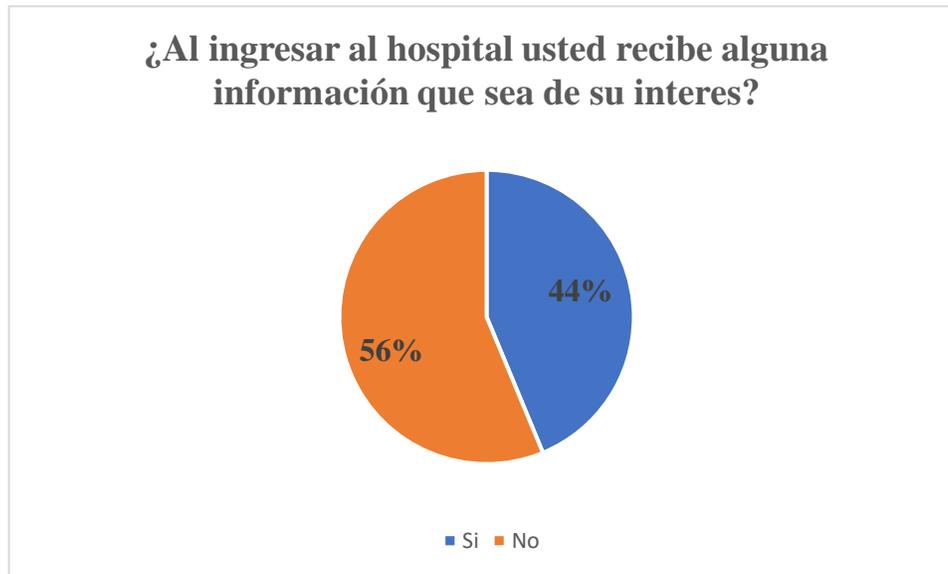


Fuente: Autoría propia

El 62% = de los encuestados respondieron no, y el 38% indican que sí, esto revela que la mayoría no tiene conocimiento que existen otras entidades dentro del hospital.

Pregunta 23 ¿Al ingresar al hospital usted recibe alguna información que sea de su interés?

Figura 25 Recibe alguna información de interés

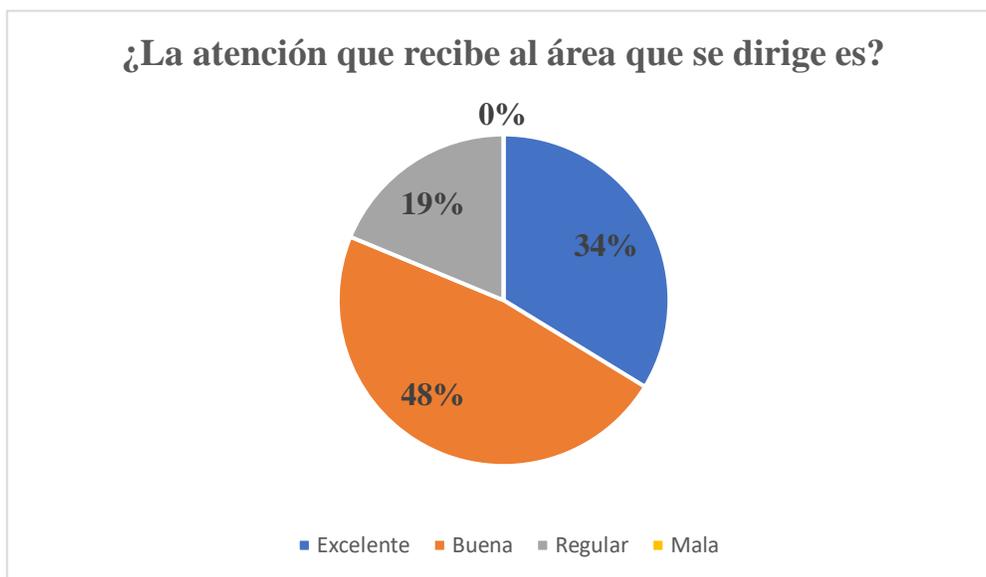


Fuente: Autoría propia

Con esta pregunta, se obtuvo que el 56% = 45 encuestados respondieron que no y el 44% indicaron que sí, esta respuesta nos revela que el hospital algunas veces comparte información de interés de los pacientes.

Pregunta 24 ¿La atención que recibe del área que se dirige es?

Figura 26 La atención que recibe del área que se dirige es



Fuente: Autoría propia

Con esta pregunta identificamos como percibe el paciente la atención en la consulta externa, siendo las respuestas, 34% excelente, 48% buena, 19% regular y 0% mala, esto muestra que la atención está en un margen aceptable.

1.14 FODA comunicacional

Tabla 2 Foda comunicacional

Fortalezas <ul style="list-style-type: none">• Servicios gratuitos• Especialidades medicas• Atención medica 24/7• Equipo médico de ultima tecnologia• Profesionales altamente capacitados	Oportunidades <ul style="list-style-type: none">• Optimizar la inversión en salud y comunicación• Desarrollar programas de previsión de salud con los pacientes• Crear más áreas de previsión de enfermedades• Crear programa de actualización anual de pacientes
Debilidades <ul style="list-style-type: none">• Corto presupuesto para comunicación• Poco personal en el área de comunicación social• Falta de comunicación de programas de prevención de salud• Burocratización en las diferentes áreas	Amenazas <ul style="list-style-type: none">• Aumento demanda de pacientes• Reducción de presupuesto• Reducción de atención por pandemia• Ausencia de remuneración a empleados

Fuente: Autoría propia

1.15 Problemas Detectados

Luego de los resultados y del análisis de la guía de observación, las encuestas y las entrevistas, se descubrió que el hospital Roosevelt trabaja de acuerdo con lineamientos establecidos por el Ministerio de Salud y Asistencia Social y su nivel de atención es excelente y regular, sin embargo, existen componentes que afectan la comunicación externa del hospital hacia los pacientes, las personas desconocen la información que el hospital publica por medio de sus diferentes medios y canales.

Existen varios factores que limitan la recepción de la información, entre ellos:

1. Datos personales de los pacientes desactualizados.
2. Desconocimiento físico del área de información o atención al usuario
3. No conocen cuáles son los medios y canales que el hospital utiliza para informar.
4. Desconocen la información que el hospital publica en sus diferentes medios
5. Desconocimiento de la gratuidad de los servicios

Estos inconvenientes limitan la comunicación efectiva entre emisor y receptor de dicho nosocomio., aunado a ello, que el departamento de comunicación social no cuenta con datos de los pacientes, ni el personal para realizar dicha labor.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

Los pacientes de la consulta externa desconocen la información que genera el hospital en sus diferentes medios y canales.

Hipótesis: Los medios de comunicación en Guatemala atienden las diferentes situaciones en temas de salud, según el riesgo, las mismas son recibidas por el hospital.

El hospital Roosevelt cuenta con sus propios canales de comunicación, específicamente, teléfonos, correos, redes sociales, los cuales son el soporte para que los pacientes y población en general reciban la información que se genera dentro del mismo.

Los pacientes de la consulta externa desconocen que el hospital cuenta con redes sociales y canales de comunicación para informar sobre los diferentes temas y acontecimientos de su interés.

1.17 Indicadores de éxito

- a) El departamento de comunicación está conformado por 2 personas, la Coordinadora de comunicación Licenciadas Sharon Ávila y Lilian Román y la encargada de las redes sociales, quienes tienen a su cargo el desarrollo de toda la información interna y externa del hospital Roosevelt, es un departamento sumamente pequeño, pero con mucho trabajo en equipo y disponibilidad de realizar las actividades de comunicación.
- b) El director del hospital apoya al departamento de comunicación para que pueda desarrollar campañas de comunicación que ayuden a la imagen del hospital y que generen información relevante a los pacientes.
- c) El hospital por ser una institución gubernamental su presupuesto para el área de comunicación es limitado, sin embargo, da la oportunidad a estudiantes de las diferentes universidades para desarrollar proyectos que aporten beneficios a la institución.
- d) El hospital por ser de nivel tres ofrece la mejor atención a los pacientes en las diferentes especialidades y subespecialidades, con el tema de la pandemia sus actividades no cesaron, por el contrario, aumentaron, pero por protocolos de seguridad y minimizar el riesgo de contagio, las consultas externas se reprogramaron y se escalonaron, actualmente se está normalizando la atención de dichas consultas.

1.18 Límites y Alcances de la investigación

a) Límites:

- 1) No tiene como objetivo conocer la enfermedad por la cual el paciente está siendo tratada.
- 2) No se pretende desarrollar un programa para actualizar datos.
- 3) El proyecto no se extenderá a otras áreas
- 4) No se pretende que el área de comunicación comparta información relevante del paciente de la consulta externa en sus diferentes medios y canales de comunicación.

b) Alcances:

- 1) Verificar información básica de pacientes de consulta externa.
- 2) Actualizar únicamente datos de pacientes, sobre uso de redes sociales, teléfono y correo electrónico.
- 3) Esto se llevará a cabo únicamente en las áreas de la consulta externa.
- 4) Compartir datos de correo y redes sociales al departamento de comunicación.

1.19 Cronograma de diagnóstico

Tabla 3 Cronograma de diagnóstico

Cronograma de diagnóstico												
Ejercicio Profesional Supervisado Licenciatura												
Actividad	Enero				Febrero				Marzo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Curso Propedéutico												
Enviar carta de solicitud al hospital Roosevelt												
Confirmación de aceptación del Ejercicio Profesional Supervisado												
Recavación de información												
Encuestas												
Análisis de la Información												
Realización del diagnóstico												
Entrega del diagnóstico												

Fuente: Autoría propia

1.20 Proyecto a desarrollar

“Plan de comunicación externa del hospital Roosevelt para el área de consulta externa”

Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

Es una herramienta de previsión de hechos para un tiempo determinado, que recoge las acciones de comunicación que debe desarrollar la empresa para conseguir unos objetivos previamente fijados (Monserrat, 2014).

Es un documento que acumula las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que plantea realizar una empresa o institución.

El hospital Roosevelt tiene un departamento de comunicación que ha hecho una labor excelente en la comunicación, sin embargo, existen oportunidades de mejora que pueden fortalecer el proceso de comunicación con los pacientes de la consulta externa.

El plan de comunicación del hospital Roosevelt se compone de tres fases las cuales se desarrollan para implementar una estrategia externa.

Con los hallazgos encontrados en el FODA durante el diagnóstico, se estableció una propuesta que ayude a reforzar las debilidades y genere oportunidades de comunicación con los pacientes de la consulta externa del nosocomio.

Fase 1: Actualización datos generales de los pacientes de la consulta externa:

El hospital Roosevelt posee una ficha de datos de cada paciente en las clínicas de la especialidad o subespecialidad la cual debe ser actualizada periódicamente, dicha actualización daría la oportunidad para que el departamento de informática y comunicación social pueda tener acceso a estos datos y enviar información importante del hospital directamente a los pacientes.

Esto ayudaría a que todos los pacientes de las consultas externas reciban de manera inmediata la información que comparte el hospital constantemente y que es de suma importancia.

Fase II: Realizar anuncios para que sigan en los diferentes medios y canales que tiene el hospital para informar.

El hospital cuenta con una plataforma robusta de sus redes sociales a nivel nacional, teniendo en Facebook 80,978 seguidores, Instagram 1,283 seguidores, y Twitter 24,630 seguidores, sin embargo, es preciso que los pacientes de la consulta externa interactúen con estas plataformas, para ello es necesario que se realice un anuncio motivando a las personas que asisten a las consultas externas, para que conozcan las diferentes plataformas sociales que tiene el hospital, en las cuales encontrarán información importante actualizada.

Fase III: Elaborar anuncios para reforzar la gratuidad de los servicios y los beneficios de apoyo social que tiene el hospital.

El hospital cuenta con un área de información o atención al usuario, así mismo cuenta con patronatos que apoyan a las familias de escasos recursos, sin embargo; muy pocos conocen estas áreas, limitando su crecimiento y apoyo a los usuarios de las consultas externas.

Para reforzar estas áreas, se hará un anuncio y se compartirá en las diferentes plataformas, con los datos importantes para dar a conocer sus beneficios.

Adicional a ello, enfatizaremos que todos los servicios de este nosocomio son de manera gratuita, para que las personas puedan optar por un servicio de salud de calidad y sin costo alguno.

2.2 Elementos comunicacionales

El modelo de comunicación de Lasswell (también conocido como la fórmula de comunicación de Lasswell) describe un acto de comunicación, el cual define: quién lo dijo, qué se dijo, en qué canal esté dicho, a quien se le dijo, y con qué efecto se dijo. Es considerado por muchos profesionales de la comunicación y de las relaciones públicas cuando "uno de los primeros y más influyentes modelos de la comunicación." El modelo fue desarrollado por el politólogo americano y teórico de la comunicación Harold Lasswell en 1948.

Tabla 4 Laswell comunicación

Cuestión	Elemento	Análisis
¿Quién?	Comunicador	Análisis de control
¿Dice Qué?	Mensaje	Análisis de contenido
¿En Qué Canal?	Medio	Análisis de medios de comunicación
¿A Quién?	Audiencia	Análisis de audiencia
¿Con Qué Efecto?	Efecto	Análisis de efectos

Autoría Lasswell

En el hospital Roosevelt, la comunicación ha ido creciendo de la mano con la tecnología, por lo cual se establecerá una estrategia de comunicación externa utilizando todos los elementos comunicacionales con los pacientes de la consulta externa. (comunicador, mensaje, medio, audiencia y efecto).

2.2.1 Comunicador: es aquel que tiene una gran capacidad para transmitir a los demás sus opiniones y para conectar con la gente. También se define como el individuo que se dedica a impartir un mensaje eficiente a un público objetivo a través de medios determinado. En este caso el comunicador es la Coordinadora de Comunicación siendo la responsable de verificar y aprobar los mensajes que emite el hospital.

2.2.2. Mensaje: según la teoría de la comunicación, es la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación. Así, pues, el mensaje es la razón de ser del proceso comunicativo y es, al mismo tiempo, aquello que se comunica, dicho de otro modo, en el hospital es toda la información que se comunica a través de diferentes medios.

2.2.3 Medio: es una herramienta o forma de contenido tecnológico por el cual se realiza el proceso de comunicación. Comúnmente se emplea el término para indicar a los medios de comunicación de masas, sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son

masivos sino interpersonales, con este tema en el hospital, se utilizarán las diferentes plataformas tanto digitales como impresas, para transmitir el mensaje a nuestro grupo objetivo.

2.2.4 Audiencia: es el número y/o características de las personas que están expuestas a un tipo particular de publicidad o a algún medio de comunicación, en el hospital nuestra audiencia son los pacientes de la consulta externa, que necesitan ser informados.

2.2.5 Efecto: Es una resultante de la operación por medio de la cual se orientan y cambian las opiniones, creencias o comportamientos de los públicos, a través de un mensaje, en el hospital queremos causar un efecto positivo, para que los pacientes puedan obtener por los diferentes medios y canales, información importante que les ayude a obtener una mejor calidad de vida.

Según Pizzolante (2004) la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global.

Como nos cuenta el autor Horacio Andrade, la comunicación externa es un conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios” (Andrade, 2005).

2.3 Objetivos del plan de comunicación

2.3.1 Objetivo general

Planificar acciones de comunicación que desarrollen bienestar social a los pacientes de la consulta externa.

2.3.2 Objetivos específicos

- 1) Recabar datos de contacto de los pacientes de la consulta externa.
- 2) Difundir los diferentes canales de comunicación utilizados para la consulta externa a través de los medios de comunicación.
- 3) Enfatizar la asistencia gratuita en todas las áreas y apoyo social del nosocomio.

2.4 Estrategia

Las estrategias se refieren a diversas elecciones administrativas que existen entre diversas opciones, es decir se constituyen en el medio para lograr el fin (objetivo deseado), son acciones que se definen para consolidar el logro de los resultados propuestos (Chiavenato, 2011; Thompson y Strickland, 2004; David, 2003).

De acuerdo con las debilidades y oportunidades encontradas en el diagnóstico, se estableció una propuesta que fortalezca y mejore la comunicación externa con los pacientes, utilizando los canales y medios oficiales del hospital, optimizando los recursos.

Estas estrategias fortalecerán la interacción de los pacientes a través de las redes sociales, la importancia de estar actualizados en sus datos para recibir información de interés y de forma inmediata, reiterando que todos los servicios y beneficios que tiene el hospital son gratuitos.

- 1) Atraer a los pacientes de la consulta externa para actualizar sus datos.
- 2) Impulsar el uso e interacción de las redes sociales en los pacientes, para que obtengan de forma inmediata contenido de su interés.
- 3) Promover los beneficios hospitalarios que presta el hospital de forma gratuita.

2.5 Actividades o acciones de la estrategia

Acciones para estrategia 1:

Base de Datos para Redes Sociales	
a)	Actualización de datos de los pacientes de la consulta externa a través de un formato físico
b)	Crear un anuncio para las diferentes plataformas digitales, motivando a que se acerquen a actualizar sus datos.
c)	Diseñar un volante a full color y entregarlo en las diferentes clínicas, motivando la actualización de sus datos para recibir información importante.

Acciones para estrategia 2:

Únete a las Redes Sociales	
a)	Elaborar un anuncio para redes sociales y fortalecer el uso y la interacción de las mismas.
b)	Diseñar un afiche a full color que estimule el uso de las redes y colocarlo en la consulta externa
c)	Grabar un spot, máximo 30 segundos, motivando al grupo objetivo a integrarse a las redes sociales, para mantenerse informado continuamente y transmitirlo dentro del hospital

Acciones para estrategia 3:

Todos los servicios gratuitos	
a)	Elaborar un anuncio que reitere la gratuidad de los servicios que presta el hospital y pautarlo en redes sociales
b)	Diseñar un bifoliar a full color, mostrando los servicios gratuitos que presta la consulta externa.
c)	Hacer un spot de 20” segundos para reforzar que todos los servicios que presta el nosocomio, son gratuitos.

2.6 Publico objetivo

El público objetivo es un conjunto de personas que reúne las características generales de los individuos que consumen o requieren nuestro producto, servicio o marca. Podemos definir el público objetivo a través de algunos criterios demográficos, como edad, sexo y nivel socioeconómico.

Pacientes de la consulta externa, hombres y mujeres de 18 años en adelante, que residan en Guatemala y sus departamentos, que requieran los servicios de especialidades y subespecialidades.

2.7 Mensaje clave

Los mensajes clave crean enfoque, control e intensidad para influir en tu público objetivo. Los mensajes clave son la base de una estrategia de comunicación de marketing, que deben usarse en todas las actividades de comunicación para fortalecer el reconocimiento de la marca.



¡Tu salud nos importa, mantente informado!!

2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 5 Indicadores de las acciones

Estrategia	Actividad	Indicador
1	<ul style="list-style-type: none"> a) Actualización de datos de los pacientes de la consulta externa a través de un formato físico. b) Crear un anuncio para las diferentes plataformas digitales, motivando a que se acerquen a actualizar sus datos. c) Diseñar un volante y entregarlo en las diferentes clínicas, motivando la actualización de sus datos para recibir 	<ul style="list-style-type: none"> a) Las fichas físicas de los 75% de los pacientes reciban el formato. b) Análisis de las métricas de las redes sociales, al alcance que obtenga. c) Volante físico, recepción del volante en un 80% de los pacientes.

	información importante.	
2	<ul style="list-style-type: none"> a) Elaborar un anuncio para redes sociales y fortalecer el uso y la interacción de estas. b) Diseñar un afiche a full color que estimule el uso de las redes y colocarlo en la consulta externa. c) Grabar un spot, máximo 30 segundos, motivando al grupo objetivo a integrarse a las redes sociales, para mantenerse informado continuamente y transmitirlo dentro del hospital 	<ul style="list-style-type: none"> a) Análisis de métricas de las redes sociales b) Fotografía de afiche instalado en las áreas de la consulta externa c) Guion y audio del Spot grabado.
3	<ul style="list-style-type: none"> a. Elaborar un anuncio que reitere la gratuidad de los servicios que presta el hospital y pautarlo en redes sociales b. Diseñar un bifoliar a full color, mostrando los servicios gratuitos que presta la consulta externa. c. Hacer un spot de 20” para reforzar que todos los servicios que presta el nosocomio son gratuitos. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Análisis de métricas en redes de los seguidores y alcance. b) Bifoliar impreso y entrega del 75% a los pacientes. c) Guion y audio del spot grabado.

Autoría Propia

2.9 Recurso humano:

Se define recurso humano, a las personas empleadas en una empresa u organización, es sinónimo de personal. Los recursos humanos, suele referirse al área de la administración que se ocupa de gerenciar al personal de una empresa o institución.

Para esta estrategia contare con el apoyo de las personas que detallo abajo en el cuadro, cada una aportará de acuerdo con su experiencia.

Tabla 6 Recurso Humano

Nombre	Cargo	Descripción del cargo	Participación en el Proyecto
Master Marvin Sarmiento	Supervisor	Supervisión de EPS	Revisión, supervisión y corrección de diagnóstico, plan y ejecución de estrategia de comunicación
Olga Lidia Herrera Veliz	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, (EPS) de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación	Apoyo al departamento de Comunicación	Autora
Licda. Sharon M. Ávila	Coordinadora de Comunicación	Encargada de todas las campañas de comunicación	Supervisión y autorización de todo el proyecto

Licda. Lilian Román	Redes Sociales	Encargada de las redes sociales	Pautar los diferentes anuncios dentro de las redes sociales
Gerson Roquel	Diseñador	Elaborar diseños	Diseñar y elaborar los anuncios
Byron Santizo	Locutor	Grabar anuncios	Voz de los anuncios

Autoría Propia

2.10 Financiamiento y presupuesto

2.10.1 Financiamiento

Según Herrero (2006), la financiación es el grupo de recursos económicos (sumas de dinero) que la empresa obtiene con la finalidad de realizar inversiones en su ciclo productivo y asumir los costos necesarios, de manera que pueda comercializar sus productos o brindar sus servicios.

Los recursos utilizados en esta estrategia de comunicación serán proporcionados: el 25% el hospital Roosevelt y el 75% la autora.

El hospital Roosevelt proveerá toda la información por medio del departamento de comunicación social, el cual cuenta con dos personas a su cargo.

Tabla 7 Financiamiento

Financiamiento			
Cantidad	Concepto	Aporte hospital	Aporte estudiante
Financiar estrategia 1			
1	500 formatos, un diseño de volante y 500 impresiones	0%	100%
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	50%	50%
Financiar estrategia 2			
1	Diseño para redes, 15 impresiones de afiches y una grabación spot	0%	100%
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	50%	50%
1	Transmisión en cabina hospital	100%	0%
Financiar estrategia 3			
1	Diseño bifoliar, 500 impresiones y grabación spot	0%	100%
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	50%	50%
1	Transmisión en cabina hospital	100%	0%

Autoría Propia

2.10.2 Presupuesto

El presupuesto es un método de acción encaminado al cumplimiento de una meta, la cual debe hablar en términos de valores financieros y efectuarse en un tiempo determinado, bajo ciertas condiciones específicas.

El hospital Roosevelt absorberá Q.7,500 del valor total del presupuesto, lo cual incluye parte del salario de la persona que se encarga del manejo de las redes sociales, el resto serán gastos que costeará la autora.

Tabla 8 Presupuesto

PRESUPUESTO			
Cantidad	Concepto	Precio Unidad	Total
Financiar estrategia 1			
500	Formatos actualización de datos	Q0.50	Q250.00
1	Elaboración diseño redes sociales	Q200.00	Q200.00
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Elaboración diseño volante	Q200.00	Q200.00
500	Impresión volante (full color)	Q1.00	Q500.00
Financiar estrategia 2			
1	Elaboración diseño redes sociales	Q200.00	Q200.00
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Elaboración diseño afiche	Q200.00	Q200.00
15	Impresión afiche (full color)	Q35.00	Q525.00
1	Grabación spot 30 segundos	Q300.00	Q300.00
1	Transmisión en cabina hospital	Q0.00	Q0.00
Financiar estrategia 3			
1	Elaboración diseño redes sociales	Q200.00	Q200.00
1	Pauta en sitio redes sociales hospital	Q5,000.00	Q5,000.00
1	Diseño de bifoliar	Q200.00	Q200.00
500	Impresión bifoliar (full color)	Q0.55	Q275.00
1	Grabación spot 20 segundos	Q300.00	Q300.00
1	Transmisión en cabina hospital	Q0.00	Q0.00
			Q18,350.00

Autoría Propia

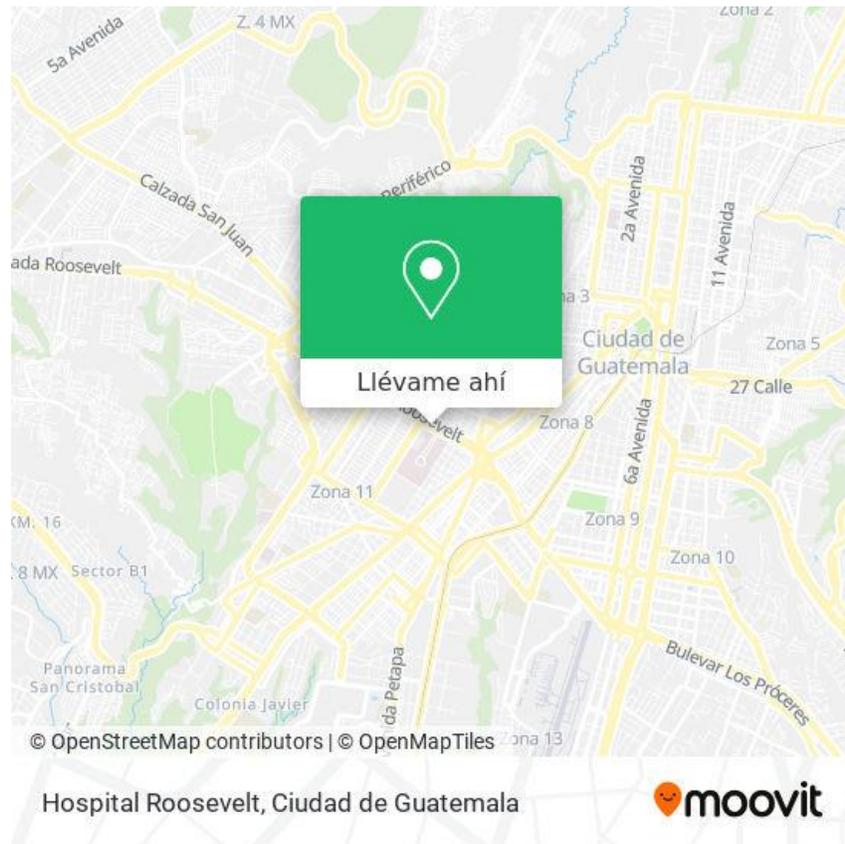
2.11 Beneficiarios

- 1) Pacientes de la consulta externa, (500 personas) que asisten a las diferentes especialidades, que residen en la ciudad capital y los departamentos de Guatemala, especialmente las zonas aledañas al hospital y referidos de otros departamentos.
- 2) Población virtual que utiliza las diferentes plataformas sociales del nosocomio, Facebook Instagram y Twitter.
- 3) Departamento de Comunicación del hospital Roosevelt, que cuenta con 2 personas.
- 4) Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

2.12 Áreas geográficas de acción

Se lleva a cabo en zona 11, en la consulta externa del hospital y en el departamento de Comunicación Social.

Figura 27 área geográfica



Autoría Moovit

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 9 Cuadro operativo de la estrategia

CUADRO OPERATIVO DE LA ESTRATEGIA						
Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico al cual obedece	Presupuesto	Recurso Humano	Área geográfica de Impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Formato (blanco y negro) tamaño carta	Renovar datos de los pacientes de la consulta externa	Q250.00	Estudiante EPS	Hospital Roosevelt, zona 11, ciudad capital	1) Pacientes de la consulta externa, (1700 personas) que asisten a las diferentes especialidades, que residen	Primer semana de julio
Diseño y desarrollo de anuncio para las diferentes plataformas digitales		Q5,200.00	Diseñador y encargada de redes		2) Población virtual que utiliza las diferentes plataformas sociales del nosocomio, Facebook , Instagram y twitter	Segunda y tercer semana de julio
Volante informativo para las clínicas (full color)		Q700.00	Diseñador y estudiante EPS			Cuarta semana de julio
Diseño y desarrollo de anuncio en redes sociales	Difundir los diferentes canales de comunicación utilizados para la consulta externa a través de los medios de comunicación	Q5,200.00	Diseñador y encargada de redes			Primer y segunda semana de agosto
Afiche tamaño doble carta (full color)		Q725.00	Diseñador y estudiante EPS		3) Departamento de Comunicación del hospital Roosevelt, que cuenta con 2 personas.	Tercera semana agosto
Spot publicitario de 30 segundos		Q300.00	Locutor, estudiante EPS y encargado de cabina hospital			Cuarta y quinta semana agosto
Diseño y elaboración de anuncio para facebook, instagram y twitter	Asistencia gratuita que prestan las áreas de apoyo social del nosocomio.	Q5,200.00	Diseñador y encargada de redes		4) Estudiantes de la Universidad de San Carlos de Guatemala de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.	Primera y segunda semana septiembre
Bifoliar (full color)		Q475.00	Diseñador y estudiante EPS			Tercera semana septiembre
Spot publicitario de 20 segundos		Q300.00	Locutor, estudiante EPS y encargado de cabina hospital			Cuarta semana septiembre

Autoría Propia

2.14 Cronograma del plan de comunicación y calendario editorial estrategia digital

Tabla 10 Cronograma del plan de comunicación

Cronograma del Plan de Comunicación														
Actividad	julio				agosto					septiembre				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Formato (blanco y negro) tamaño carta														
Diseño y desarrollo de anuncio para las diferentes plataformas digitales														
Volante informativo para las clinicas (full color)														
Diseño y desarrollo de anuncio en redes sociales														
Afiche tamaño doble carta (full color)														
Spot publicitario de 30 segundos														
Diseño y elaboración de anuncio para facebook, instagram y twitter														
Bifoliar (full color)														
Spot publicitario de 20 segundos														

Autoría Propia

Tabla 11 calendario estrategia digital

Calendario estrategia digital					
Horario	Lunes 19/09/2022	Martes 20/09/2022	Miercoles 21/09/2022	Jueves 22/09/2022	Viernes 23/09/2022
09:00 a.m.					
10:30 a.m.					
12:30 p. m.					

Horario	Lunes 26/9/2022	Martes 27/09/2022	Miercoles 28/09/2022	Jueves 29/9/2022	Viernes 30/09/2022
9:30 a.m.				<p>FERIADO</p>	
11:00 a.m.				<p>FERIADO</p>	
13:00 pm				<p>FERIADO</p>	

Capítulo 3

3. Informe de Ejecución:

Esta fase consta de 7 actividades autorizadas por la institución, de las cuales 4 se han desarrollado con el apoyo y disponibilidad del departamento de Comunicación Social y la autorización de la Dirección del hospital Roosevelt, de las cuales se evidencia la implementación en el desarrollo de este plan.

Adicionalmente, pendientes de implementar 3 acciones:

1. Diseño para redes sociales (gratuidad de los servicios), el cual será compartido en redes sociales en el mes de septiembre.
2. Cápsula informativa, la cual fue grabada por un locutor profesional, pendiente entregada a la cabina telefónica la cual será la encargada de transmitirlo en planta telefónica (gratuidad de los servicios).
3. Diseño e impresión de un volante el cual está pendiente la entrega en la consulta externa.

El departamento de Comunicación se rige por las prioridades que tiene el hospital, por ello algunas actividades son más rápidas de implementar y otras deben seguir ciertos protocolos, esto debido al tipo de información y políticas de confidencialidad.

A continuación, se detalla y evidencian las acciones ejecutadas.

3.1 Formato ficha de contacto

- Objetivo: Recabar datos de contacto de redes sociales.
- Medio utilizado: Material impreso
- Presupuesto utilizado: Q200.00 el estudiante donó la impresión de estas fichas sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Los pacientes de la consulta externa, tomaron de manera positiva la actualización, ya que esto les permitirá mantenerse informados.
- Evidencias del Material: Por políticas del hospital, no se puede mostrar una ficha llena, pero si fotos del momento que las están llenando.

Figura 28 ficha técnica



**FICHA ACTUALIZACION DE DATOS
Consulta Externa Hospital Roosevelt**

Nombre Completo _____ Teléfono _____

Dirección donde vive _____ correo electrónico _____

Redes sociales: (facebook, instagram, twitter, linkendIn, etc)

Área de consulta externa que asiste _____

Guatemala agosto 2022

¡Tu salud nos importa, mantente informado!

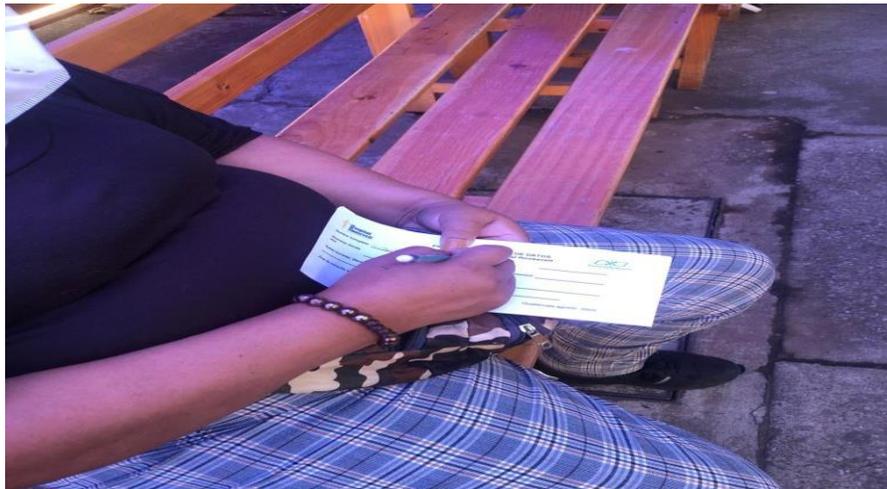
Autoría Propia

Figura 29 Llenado de ficha datos



Autoría Propia

Figura 30 Llenado de ficha datos



Autoría Propia

3.2 Diseño e impresión de afiches tamaño doble oficio.

- Objetivo: Informar la gratuidad de los servicios.
- Medio utilizado: Publicidad impresa.
- Presupuesto utilizado: Q.270.00 el estudiante donó la impresión de los afiches sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Las personas de la consulta externa expresaron su satisfacción al ver los afiches y atentos al contenido de los mismos.
- Evidencia del material: Fotografías de clínicas y pasillos de la consulta externa donde se colocaron los afiches.

Figura 31 Afiche entrada hospital



Autoría Propia

Figura 32 Afiche en el pasillo



Autoría Propia

Figura 33 Afiche en elevador



Autoría Propia

Figura 34 Afiche en cartelera



Autoría Propia

3.3 Diseño e impresión de mantas vinílicas medidas 2X1 metros

- Objetivo: Enfatizar la gratuidad de los servicios
- Medio utilizado: Publicidad exterior.
- Presupuesto utilizado: Q.220.00 el estudiante donó la impresión de las mantas, sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Las personas al ingreso atentas a la información de las mantas, indicaron que era muy positivo para no caer en estafas de personas ajenas al hospital.
- Evidencia del material: Publicidad exterior, colocación de las mantas y toma de fotografías en las áreas de consulta externa y en el ingreso al Hospital.

Figura 35 Manta clasificación



Autoría Propia

Figura 36 Manta ingreso del hospital



Autoría Propia

3.4 Anuncio para redes sociales

- Objetivo: Fortalecer uso de las redes sociales
- Medio utilizado: Publicidad digital
- Presupuesto utilizado: Q.200.00 el estudiante donó el diseño de las redes sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Aumento de los seguidores en las redes sociales del hospital
- Evidencia del material: Foto del diseño enviado, pendiente de pautar en septiembre
- https://www.facebook.com/Hospital-Roosevelt-Guatemala-877048322308821/?ref=page_internal
- [Hospital Roosevelt \(@hospitalrooseveltgt\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Figura 37 Anuncio en redes sociales

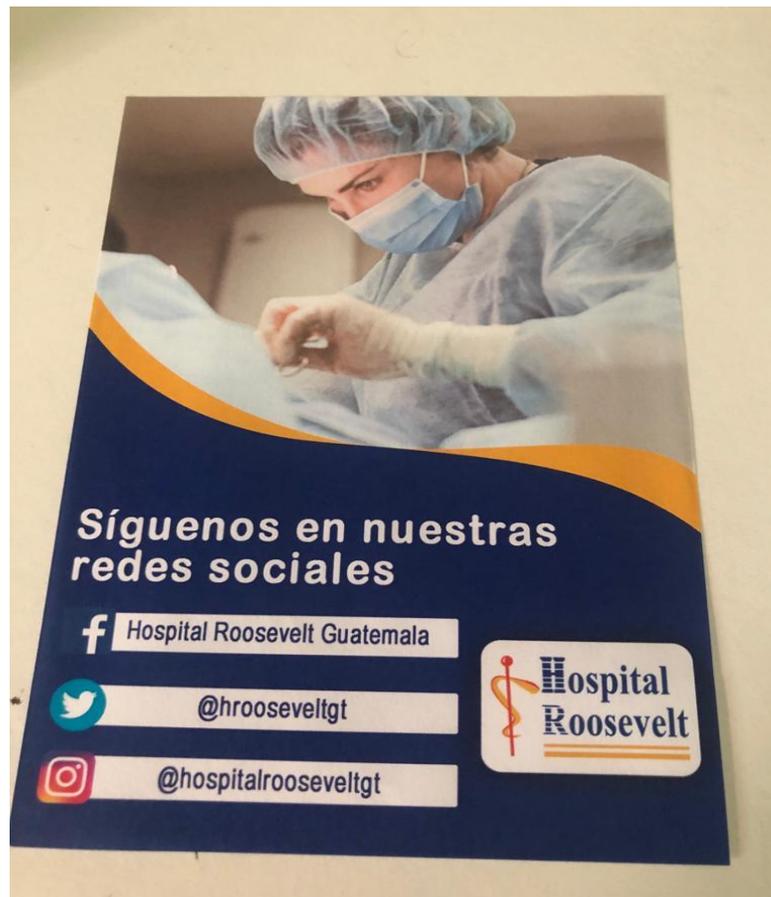


Autoría Propia

3.5 Diseño e impresión de volante tamaño ¼ de oficio a full color

- Objetivo: Mejorar la interacción en las redes sociales
- Medio utilizado: Publicidad impresa.
- Presupuesto utilizado: Q.200.00 el estudiante donó el volante sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Entregar al 75% de las personas.
- Evidencia del material: volante impreso, pendiente de entregar a las personas de la consulta externa.

Figura 38 volante de redes



3.6 Spot de 20” segundos (cápsula)

- Objetivo: Posicionar la gratuidad de los servicios
- Medio utilizado: Audio para planta telefónica
- Presupuesto utilizado: Q.400.00 el estudiante donará la grabación de la cápsula sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Que el 80% de los pacientes que llamen a la planta telefónica escuchen la cápsula informativa.
- Evidencia del material: Guion de audio (cápsula informativa) pendiente de ejecutar en septiembre Web Transfer: <https://we.tl/t-Vtj86UiKza>

Figura 39 cabina del hospital



Autoría Propia

3.7 Elaborar un anuncio en redes sociales

- Objetivo: Enfatizar la gratuidad de los servicios
- Medio utilizado: Publicidad digital
- Presupuesto utilizado: Q. 200.00 el estudiante donó el diseño sin costo alguno.
- Resultados obtenidos: Que el mensaje llegue al 75% de los seguidores.

Evidencia del material: Diseño del anuncio, pendiente de autorizar y pautar en septiembre.

https://www.facebook.com/Hospital-Roosevelt-Guatemala-877048322308821/?ref=page_internal

[Hospital Roosevelt \(@hospitalrooseveltgt\) • Fotos y videos de Instagram](#)

Figura 40 Anuncio para redes



Autoría Propia

3.8 Cronograma

Tabla 12 Cronograma ejecución del plan de comunicación

Cronograma Ejecución del Plan de Comunicación																			
No.	Actividad	Julio					agosto					septiembre					Octubre		
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3
1	Formato ficha actualización de datos																		
2	Diseño, impresión y colocación de afiches gratuidad																		
3	Diseño, impresión y colocación de mantas gratuidad																		
4	Diseño anuncio de redes sociales unirse a redes sociales																		
5	Diseño anuncio volante interacción redes																		
6	Audio para planta telefónica de 20 segundos (cápsula)																		
7	Diseño anuncio para redes sociales gratuidad																		

Autoría Propia

Conclusiones

- 1) Se estableció que las redes sociales son los canales de comunicación más utilizados para difundir la información que genera el hospital, sin embargo, algunos pacientes no las conocen.
- 2) Se identificó el contenido de la información externa que transmite el hospital, la cual es correcta, pero en ocasiones no llega al receptor apropiado.
- 3) Se comprobó que las plataformas sociales muestran contenido diariamente a sus seguidores, sin embargo, se motivó a los pacientes para que se unan a las redes sociales para que puedan obtener información veraz e inmediata.
- 4) Es conocido que el hospital Roosevelt es una institución pública y su labor es atender a sus pacientes de forma gratuita, por lo tanto; se enfatizó esta ventaja para que los pacientes de la consulta externa asistan gozando de este beneficio.
- 5) Se cumplió con lo requerido por la coordinación del hospital, sin embargo, el hospital es una institución con mucha necesidad en temas de comunicación, esto debido al corto presupuesto que tiene el departamento, lo cual limita su ejecución inmediata.

Recomendaciones

1. Se sugiere que el departamento de Comunicación tenga mayor acercamiento con los pacientes de la consulta externa, ya sea de manera virtual o presencial, esto fidelizará al paciente, para que se mantenga informado por los diferentes medios que utiliza el hospital.
2. Se recomienda que el departamento de Admisión haga sinergia con Comunicación y puedan compartir información de interés (datos de contacto de los pacientes en sus redes sociales) con esto lograrán beneficios mutuos de comunicación.
3. Analizar la efectividad de la interacción de las redes sociales con los pacientes de la consulta, esto fortalecerá la información compartida llegando de forma inmediata y efectiva.
4. Considerar el análisis de las acciones que el estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado plantea, ya que, desde la perspectiva exterior, se visualizan oportunidades de mejora de manera diferente, las cuales aportan positivamente en la comunicación externa.
5. Estudiar la posibilidad de contratar más personal en el departamento de Comunicación para lograr implementar acciones constantes que generen beneficio a los pacientes de la consulta externa del hospital.

Referencias Bibliográficas

(Chiavenato, 2011; Tompson y Strickland, 2004; David, 2003).

9 de septiembre de 2021, de <https://bit.ly/3A4GuYW>

Asociación de Amigos del País y Fundación para la Cultura y el Desarrollo. (2004). Diccionario Histórico Biográfico de Guatemala. Guatemala. Editorial Amigos de País.

Elder Adín Recinos Flores, (2017), DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL MINISTERIO DE SALUD Y ASISTENCIA SOCIAL (MSPAS), Guatemala

Hospital Roosevelt (2020) Memoria de Labores

Hospital Roosevelt (2021) Memoria de Labores

Hospital Roosevelt de Guatemala (2009). Recuperado el 22 de marzo de 2011, de <http://www.hospitalroosevelt.gob.gt/HospRoosevelt/inicio.htm>. Organigrama Administrativo del Hospital Roosevelt (2010). Recuperado el 27 de marzo de 2011, de <http://www.hospitalroosevelt.gob.gt/HospRoosevelt/SitioLAIHR/PDF/1/ORGANIGRAMA%20ADMINISTRATIVO.pdf>

Hospital Roosevelt. Nuestra historia, consultado el 9 de septiembre de 2021, de <https://bit.ly/2Xh2jqb>

http://www2.uca.edu.sv153e86_entrevistapdfcopy

<https://establecimientosdesalud.mspas.gob.gt/niveles-de-atencion/tercer-nivel-de-atencion.html>

<https://www.google.comunicologos.com>

Jennifer Alejandra Mansilla Rodríguez (2019), CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA NO VERBALES UTILIZADOS EN EL EDIFICIO CENTRAL DEL HOSPITAL ROOSEVELT, Guatemala

Ligia Margarita García Aceituno, (2021), “DIAGNOSTICO Y PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES-AGEXPORT-EN EL DEPARTAMENTO DE EL PROGRESO

Lilian Denisse Román Chanquín, (2014), “COMUNICACIÓN EXTERNA ENFOCADA EN LA IMPLEMENTACION DEL COMMUNITY MANAGEMENT EN HOSPITAL ROOSEVELT”

Melgar, Luis Alexander (2005) Sexta Edición, Etapas a seguir en el desarrollo del proyecto de investigación y guía para la presentación del informe del proyecto.

Página oficial de Facebook del Hospital Roosevelt. Historia del Hospital Roosevelt. Consultado el 9 de septiembre de 2021, de <https://bit.ly/3A4GuYW>

Página oficial de Facebook del Hospital Roosevelt. Historia del Hospital Roosevelt. Consultado el

Página web, Hospital Roosevelt <https://www.hospitalroosevelt.com/>

Página web, Hospital Roosevelt <https://www.hospitalroosevelt.com/>

Vásquez, R. (1994) Investigación Documental (Investigación Científica)

Anexos



Encuesta de Comunicación Hospital Roosevelt



Fecha: _____
Sexo _____ Edad 18 a 35
36 a 50
50 en adelante
Etnia o raza Maya
Xinca
Garifuna
Ladino

¿En qué zona o departamento vive? _____

¿Cuánto tiempo tiene de asistir al hospital? _____

Grado de escolaridad _____ Utiliza redes sociales _____

Sabe leer y escribir Si No Utiliza correo electrónico Si No

1) ¿Conoce los medios de comunicación que utiliza el hospital?

2) Tiene acceso a televisión, radio, cable internet: SI NO Cuál _____

3) ¿Cómo considera la comunicación del hospital hacia los pacientes?

Excelente Buena Regular Mala

4) ¿Conoce los canales de comunicación que utiliza el hospital para informar al público?

Si No

5) ¿Considera usted que la manera de informar del hospital es la más adecuada?

Si No

6) ¿Cómo se entera usted si el hospital realiza cambios en los horarios de atención?

7) ¿Conoce el contenido de la información externa que publica el hospital?

Si No

8) ¿Conoce el área de información del hospital?

Si No

9) ¿Conoce los horarios de atención que tiene el hospital?

Si No



Encuesta de Comunicación Hospital Roosevelt



10) ¿Considera usted que existen distractores en la comunicación externa del hospital?

Sí No

11) ¿Al ingresar al hospital le informan los protocolos de seguridad por COVID?

Sí No

12) ¿Conoce usted los tipos de servicios que presta el hospital?

Sí No

13) ¿Sabe usted si dentro del hospital existen entidades que ofrecen otros beneficios adicionales a las personas?

Sí No

14) ¿Al ingresar al hospital usted recibe alguna información que sea de su interés?

Sí No

15) ¿La atención que recibe al área que se dirige es?

Excelente Buena Regular Mala



Encuesta de Comunicación Hospital Roosevelt



Nombre _____ Fecha: _____
Puesto _____ Sexo: _____ Etnia: _____

Grado Académico: _____ Tiempo de laborar _____

1) ¿Cuál es el proceso de comunicación externa que tiene el hospital?

2) ¿Cuáles son los canales que utilizan para informa a su público objetivo?

3) ¿Cuál es la función principal del departamento de Comunicación del hospital?

4) ¿Qué tipo de información genera el hospital para sus pacientes y familiares?

5) ¿Dónde se desarrolla la información que genera el hospital en temas de salud?

6) ¿En caso de una emergencia nacional, cómo le hacen saber a las personas los cambios generados?

7) ¿Qué tipo de comunicación externa utilizan?

- Notas de prensa o comunicados
- Publicidad
- Web corporativa
- Blog.





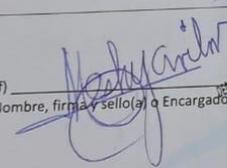


Registro de Horas de práctica

Nombre del Alumno (a): Olga Lidia Herrera Veliz
No. Carné y DPI:
 2634895740101
Jefe o Encargado (a):
 Licda. María del Rosario
 Ávila Arbizu
Institución o Empresa:
 Hospital Roosevelt
Supervisor de EPSL:
 Master Marvin
 Sarmientos

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
1	Del: 01 / Al: 4	febrero	5	5	5	5	5		25	Solicitud de carta e inicio de relación para autorización de EPS
2	Del: 7 / Al: 18	febrero	10	10	10	10	10		50	Visita al hospital para conocer las diferentes áreas del mismo y acercamiento con la Coordinadora de Comunicación
3	Del: 21 / Al: 28	febrero	5	5	5	5	5		25	Inicio de diagnóstico, origen, historia, organigrama, visión, filosofía,

4	Del: 01 / Al: 11	marzo		5	5	5	5		20	Objetivo general y específicos, metodología, elaboración de encuestas y entrevistas, enfoque, encuestas y entrevistas
5	Del: 14 / Al: 19	marzo		5	5	5	5		20	Desarrollo de la fase del diagnóstico y entrega del mismo
6	Del: 4 / Al: 8	abril	1	2	2				5	Recepción de correcciones con asesor y reunión, realizar correcciones
7	Del: 18 / Al: 29	Abril	10	10	10	10	10		50	Desarrollo de plan estratégico, objetivos de estrategia, estrategias, publico objetivo
8	Del: 03 / Al: 14	Mayo	10	10	10	10	10	1	51	Mensaje clave, indicadores de acciones, financiamiento, presupuesto, beneficiario, cuadro operativo, cronograma de actividades y calendario digital, entrega final del plan.
9	Del: 1 / Al: 15	Julio	5	5	5	5	5		25	Elaboración y aprobación de ficha de actualización, diseños para: mantas, volantes,
10	Del: 18 / Al: 29	Julio	5	5	5	5	5		25	Elaboración y aprobación de afiches, cápsula informativa, diseño para redes sociales, presentación del plan de comunicación a la Coordinador del Hospital Roosevelt
11	Del: 1/ 19	Agosto	5	5	5	5	5		25	Asistir al hospital para la implementación de las 3 estrategias autorizadas: ratificación de datos de contacto, difundir los canales de comunicación del hospital y enfatizar la asistencia gratuita
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS									321 hrs.	

(f) 
Nombre, firma y sello(a) o Encargado



(f) _____
Nombre Supervisor – Supervisor EPSL