

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large, circular emblem in the background. It features a central shield with a figure on horseback, a castle, and a lion. The shield is surrounded by a circular border containing the Latin text "ACADEMIA CAROLINA ACAD. COACTEMALENSIS INTER CETERAS ORBIS CONSPICUA".

**“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN  
LA UNIDAD DE CIRUGÍA CARDIOVASCULAR DE GUATEMALA  
UNICAR”**

JENNIFER ODILIA RAMÍREZ LÓPEZ

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2024

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado

**Diagnóstico y estrategia de comunicación interna en la Unidad de Cirugía  
Cardiovascular de Guatemala UNICAR**

Presentado por:

Jennifer Odilia Ramírez López

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Asesora:

Lcda Krista Ramírez

**Guatemala, octubre 2024**

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

**Director**

M.A. Silvia Regina Miranda López

**Consejo Directivo**

**Representantes Docentes**

Dr. Herbert Estuardo Díaz Tobar

**Representante Estudiantil**

Oscar Eduardo García Orantes

Elvis Enrique Ramírez Mérida

**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 Mazariegos

Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Licda. Krista María Ramírez Nájera

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Alejandro Solares

Lic. Brayan Torres

Lic. Jonathan Mejía



Guatemala 29 de octubre 2024

Estudiante de EPS de Licenciatura  
Jennifer Odilia Ramírez López  
Registro académico 201612244

Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado **“DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA UNIDAD DE CIRUGÍA CARDIOVASCULAR DE GUATEMALA UNICAR”** 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 (5) 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,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán  
Coordinador EPSL

Licda. Krista Ramirez  
Docente Supervisor



Guatemala, 22 de febrero 2024

COORDEPSL02-2024

**Dr. Walter Mazariegos**  
**Director General**  
**Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR**  
**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: **Jennifer Odilia Ramírez López** con número de registro académico **201612244** y carné **2954000210108** quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en la institución que usted representa y para tal efecto se requiere lo siguiente:

1. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
2. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
3. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
4. 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).
5. 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).
6. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.

Atentamente,

**"ID Y ENSEÑAN A TODOS"**


**M.A. Luis Pedroza**

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866



Guatemala, 09 de abril de 2,024  
CP-OF-01-2024

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

Estimado M.A. Pedroza:

En atención a la solicitud presentada por la señorita **JENNIFER ODILIA RAMÍREZ LÓPEZ**, para realizar su Práctica de Ejercicio Profesional Supervisado (E.P.S.) en esta Institución, requisito para obtener la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación en esa casa de estudios; nos complace informar que dicha solicitud fue **APROBADA**.

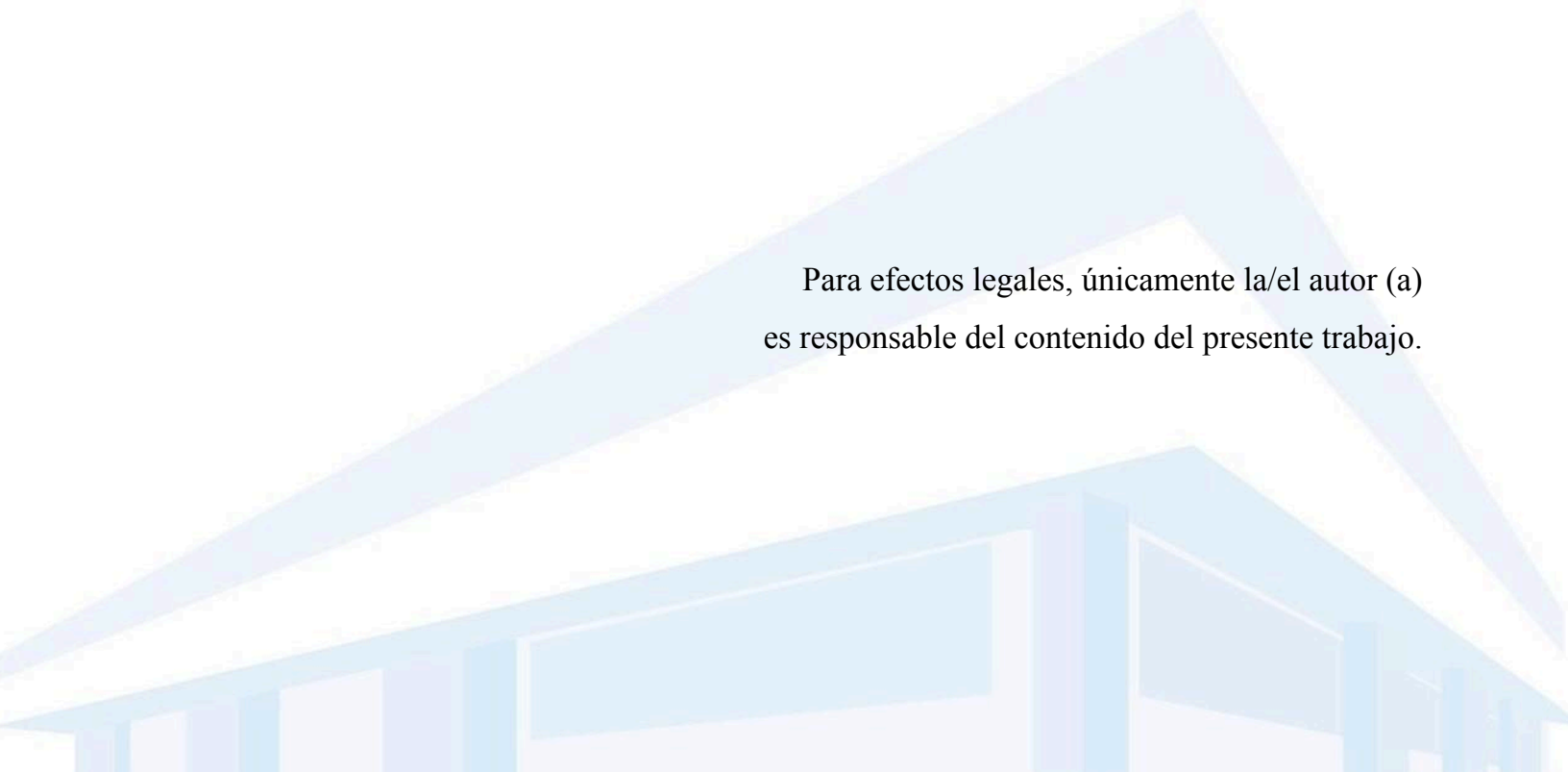
La práctica será realizada bajo la supervisión de Linda Rodas, Coordinadora de Proyectos, debiendo regirse a las normas y reglamentos existentes en esta Unidad.

Sin otro particular, me es grato suscribirme.

Atentamente,

  
Dr. Walter Antonio Mazariegos Samayoa  
Director General





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

## **Dedicatoria**

### **A DIOS:**

Por enseñarme a dejar todo en sus manos y descansar en su amor, por mostrarme su misericordia, su paz y su calma en los momentos más difíciles y alegres de mi vida.

### **A MIS PADRES:**

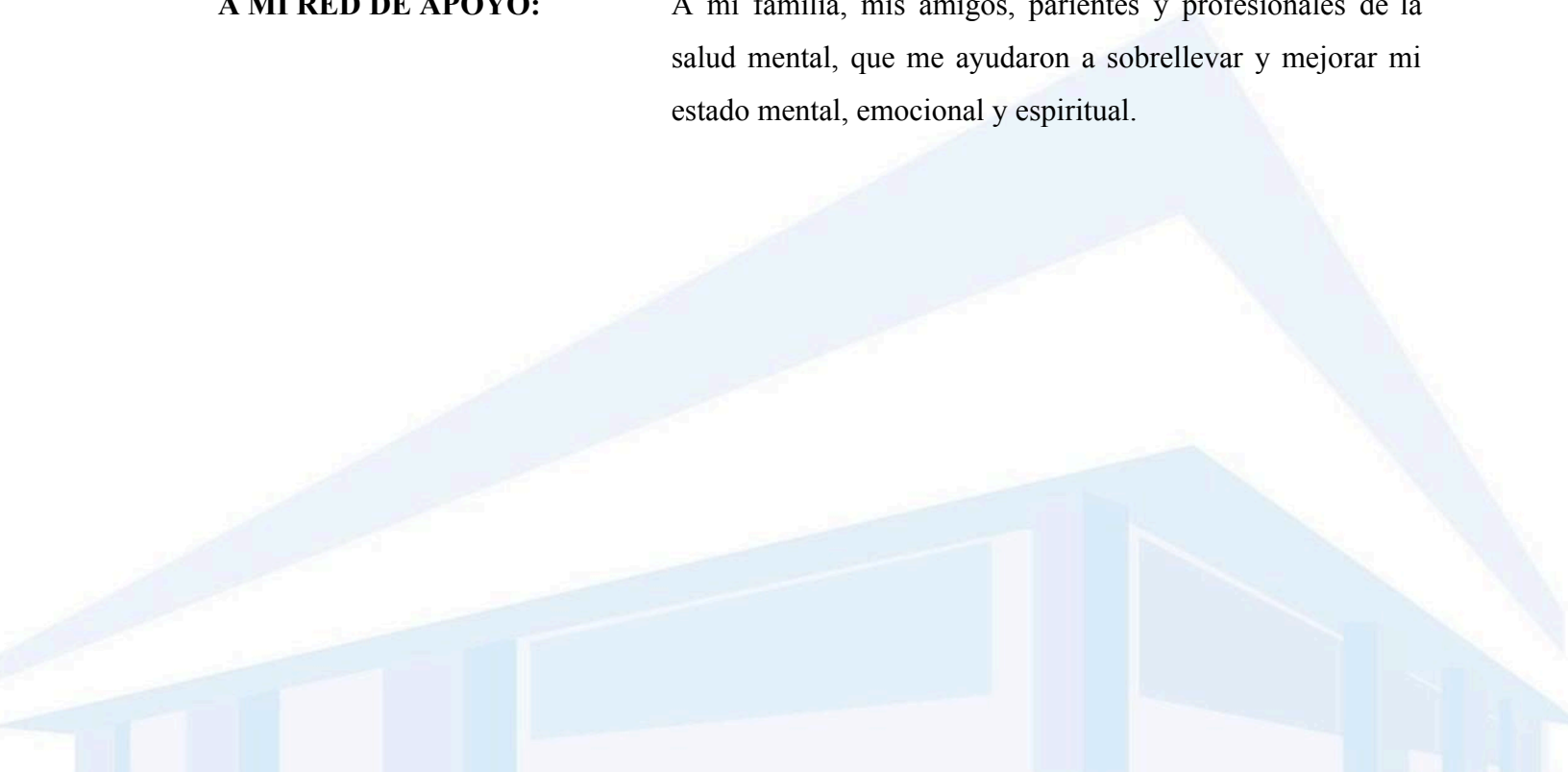
Odilia López y Sergio Ramírez, por apoyarme siempre, estar conmigo en los momentos más felices de mi vida y también en los más difíciles. Sin su amor y su apoyo incondicional yo no estaría aquí. Este logro les pertenece a ustedes.

### **A MIS HERMANAS:**

Diana Ramírez por apoyarme durante toda mi carrera profesional y Ligia Ramírez que después de 9 años sin vernos, hoy estamos juntas celebrando este triunfo, ambas son un ejemplo de disciplina y constancia.

### **A MI RED DE APOYO:**

A mi familia, mis amigos, parientes y profesionales de la salud mental, que me ayudaron a sobrellevar y mejorar mi estado mental, emocional y espiritual.



## **Agradecimientos**

A la **Universidad San Carlos de Guatemala**, por permitirme acceder a la educación superior y formarme como profesional, llevando mis conocimientos a lugares donde puedo hacer un cambio significativo en la vida de las personas.

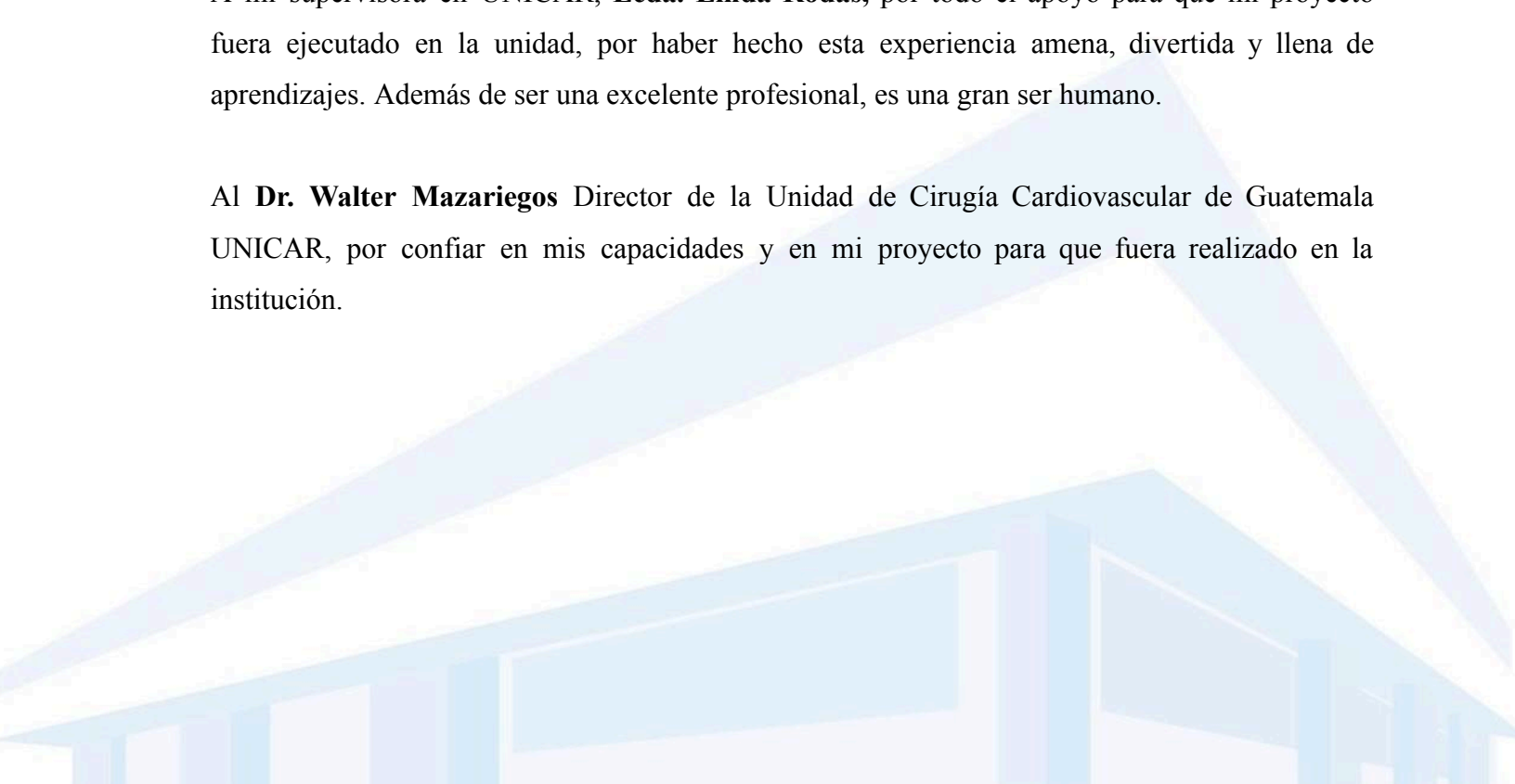
A la **Escuela de Ciencias de la Comunicación**, por todo el aprendizaje obtenido, por las amistades y las experiencias que me hicieron mejor persona y profesional.

A la **Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR**, por aceptar esa llamada y confiar en mis capacidades para la realización de mi Ejercicio Profesional Supervisado, por toda la experiencia adquirida, las personas conocidas y la gran labor que realizan a favor de los pacientes adultos y pediátricos.

A mi supervisora **Lcda. Krista Ramírez** por el acompañamiento en todo el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado, por la calma, la seguridad y la buena disposición de resolver mis dudas, revisar mis avances y mi proyecto final.

A mi supervisora en UNICAR, **Lcda. Linda Rodas**, por todo el apoyo para que mi proyecto fuera ejecutado en la unidad, por haber hecho esta experiencia amena, divertida y llena de aprendizajes. Además de ser una excelente profesional, es una gran ser humano.

Al **Dr. Walter Mazariegos** Director de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, por confiar en mis capacidades y en mi proyecto para que fuera realizado en la institución.



## Índice de contenido

Índice de tablas.....	I
Índice de figuras.....	II
Introducción.....	III
Justificación.....	IV
Antecedentes.....	V
Capítulo 1:.....	1
Diagnóstico de Comunicación.....	1
1.1 La Institución.....	1
1.2 Perfil Institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	1
1.4 Origen e Historia.....	2
1.5 Integración y Alianzas Estratégicas.....	4
1.6 Departamento o dependencias de la institución.....	4
1.6.1 Consejo de Administración.....	4
1.6.2 Dirección General.....	4
1.6.3 Auditoría Interna.....	5
1.6.4 Asesoría Jurídica.....	5
1.6.5 Coordinación de Proyectos.....	5
1.6.6 Unidad de Riesgos y Cumplimiento.....	5
1.6.7 Dirección Administrativa.....	5
1.6.8 Dirección Financiera.....	5
1.6.9 Departamento de Contabilidad.....	6
1.6.10 Dirección de Recursos Humanos.....	6
1.6.11 Cardio-Farmacia.....	6
1.6.12 Bodega Médico Quirúrgico.....	6

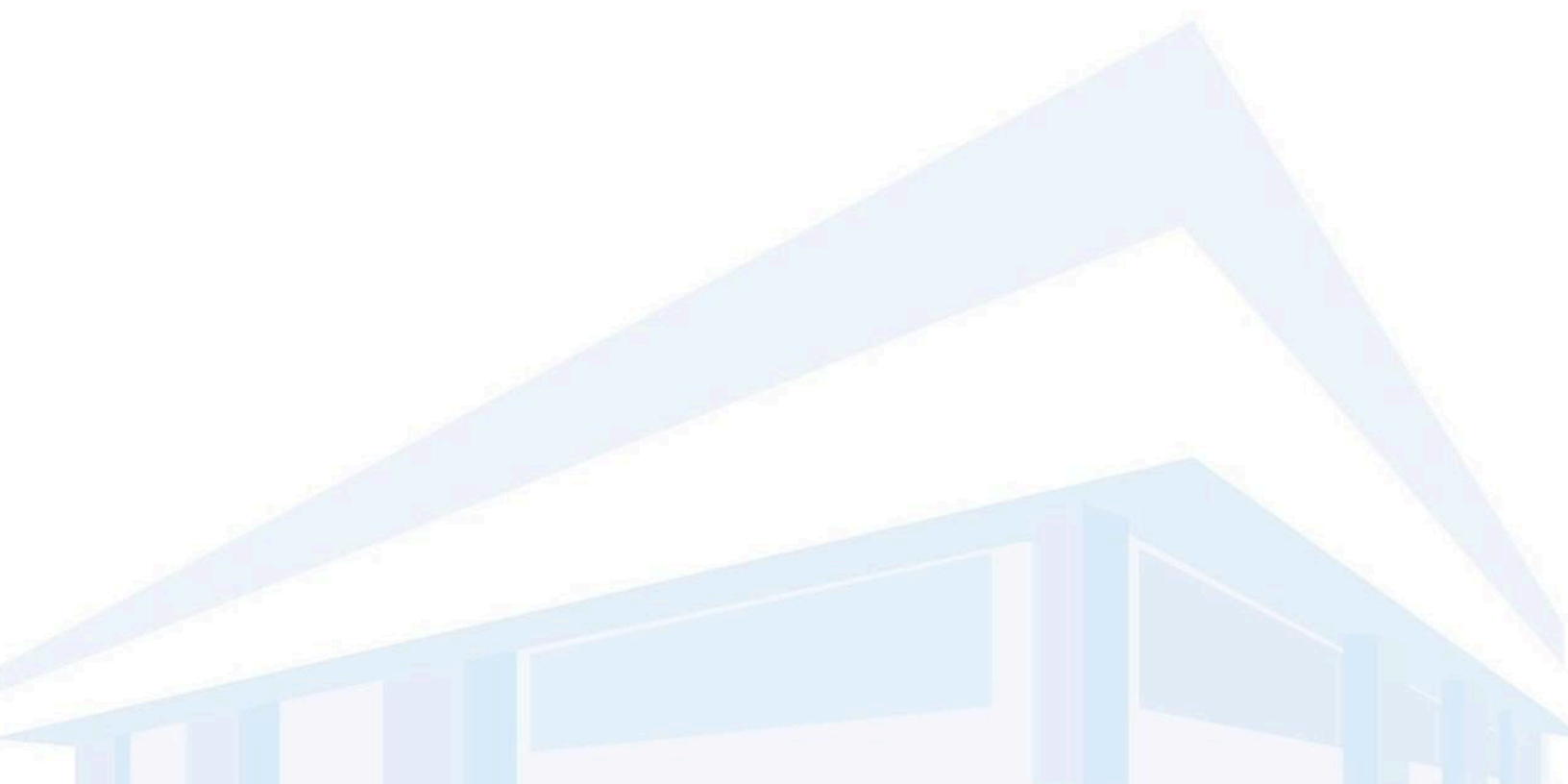
1.6.13 Caja.....	6
1.6.14 Departamento de Compras.....	6
1.6.15 Rayos x.....	6
1.6.16 Estomatología.....	7
1.6.17 Cardiología no Invasiva.....	7
1.6.18 Informática.....	7
1.6.19 Trabajo Social.....	7
1.6.20 Cardiología Invasiva.....	7
1.6.21 Ecocardiograma Adultos.....	7
1.6.22 Cuarto de Ecocardiogramas.....	7
1.6.23 Consulta Externa Adultos.....	7
1.6.24 Consulta Externa Pediatría.....	8
1.6.25 Terapia Respiratoria.....	8
1.6.26 Registros Médicos/Archivos.....	8
1.6.27 Vigilancia.....	8
1.6.28 Ecocardiogramas pediatría.....	8
1.6.29 Secretaría Dirección Pediátrica.....	8
1.6.30 Central de Enfermería Intensivo Pediatría.....	8
1.6.31 Hemodinamia.....	8
1.6.32 Central de Equipos.....	9
1.6.33 Nutrición Adultos.....	9
1.6.34 Nutrición Pediatría.....	9
1.6.35 Sala de operaciones - Central de Enfermería.....	9
1.6.36 Mantenimiento - Sub Estación Eléctrica.....	9
1.6.37 Sala de Espera.....	9
1.6.38 Intermedio Pediatría 2do Nivel.....	9

1.6.39	Eventos y Adquisición.....	9
1.6.40	Supervisión de Enfermería.....	9
1.6.41	Comité de Nosocomiales.....	10
1.6.42	Central de Enfermería Adultos.....	10
1.6.43	Central de Enfermería Pediatría.....	10
1.6.44	Departamento de Cirugía Cardiovasculares.....	10
1.6.45	Departamento de Anestesia.....	10
1.6.46	Departamento de Cardiología.....	10
1.6.47	Departamento de Electrofisiología.....	10
1.6.48	Departamento de Ecocardiografía.....	10
1.6.49	Departamento de Perfusión.....	11
1.6.50	Departamento de Intensivo.....	11
1.6.51	Departamento de Consulta Externa.....	11
1.6.52	Departamento de Psicología.....	11
1.6.53	Departamento de Infectología.....	11
1.6.54	Departamento de Odontología.....	11
1.6.55	Investigación y Docencia.....	11
1.6.56	Laboratorios.....	11
1.7	Organigrama de la Empresa.....	12
1.8	Misión.....	13
1.9	Visión.....	13
1.10	Objetivos Institucionales.....	13
1.11	Público objetivo.....	13
1.12	Diagnóstico.....	14
1.12.1	Pregunta de investigación.....	14
1.12.2	Objetivo General.....	14

1.12.3	Objetivos específicos.....	14
1.13	Metodología.....	15
1.13.1	Descripción del método.....	15
1.13.2	Técnicas e instrumentos de recolección.....	18
1.13.2.1	Observación.....	18
1.13.2.2	Lista de cotejo.....	20
1.13.2.3	Entrevista.....	20
1.13.2.4	Documentación.....	21
1.13.2.5	Encuesta.....	21
1.13.3	Interpretación de los resultados.....	22
1.13.3.1	Guía de observación.....	22
1.13.3.2	Encuesta.....	27
1.14	FODA comunicacional.....	35
1.15	Problemas detectados.....	36
1.15.1	Comunicación interna.....	36
1.15.2	Comunicación externa.....	36
1.16	Planteamiento del problema comunicacional.....	37
1.17	Indicadores de éxito.....	37
1.18	Límites y alcances de la investigación.....	38
1.19	Cronograma del diagnóstico.....	39
1.20	Proyecto a desarrollar.....	39
Capítulo 2	.....	40
Plan estratégico de comunicación	.....	40
2.1	Plan de comunicación.....	40
2.2	Elementos comunicacionales.....	40
2.2.1	Comunicación organizacional.....	41

2.2.2 Comunicación interna.....	42
2.2.2.1 Tipos de comunicación interna.....	42
2.2.3 Comunicación externa.....	43
2.2.3.1 Tipos de comunicación externa.....	44
2.2.4 Comunicación hospitalaria.....	44
2.3 Objetivos del plan de comunicación.....	45
2.3.1 Objetivo general.....	45
2.3.2 Objetivos específicos.....	45
2.4 Estrategia.....	45
2.5 Actividades o acciones de la estrategia.....	47
2.6 Público objetivo.....	54
2.7 Mensajes clave.....	55
2.8 Indicadores de las acciones.....	55
2.9 Recurso Humano.....	57
2.10 Financiamiento y presupuesto.....	59
2.11 Beneficiarios.....	60
2.12 Áreas Geográficas de Acción.....	60
2.13 Cuadro operativo de la estrategia.....	61
2.14 Cronograma del Plan de Comunicación.....	63
Capítulo 3:.....	64
Ejecución del plan de Comunicación.....	64
3. Informe de ejecución.....	64
3.1 Acción No. 1 Implementación de una comunidad en WhatsApp.....	65
3.2 Acción No. 2 Implementación de carteleras informativas.....	70
3.3 Acción No. 3 Implementación de boletín informativo.....	73
3.4 Acción No. 4 Elaboración guía de contenidos para carteleras informativas.....	79

3.5 Acción No. 5 Implementación de buzón de sugerencias.....	82
3.6 Acción No. 6 Capacitación a los jefes de departamento.....	84
3.7 Cronograma general.....	86
Conclusiones.....	87
Recomendaciones.....	88
Referencias Bibliográficas.....	89
Anexos.....	92



## Índice de tablas

Tabla 1.....	22
Tabla 2.....	25
Tabla 3.....	47
Tabla 4.....	49
Tabla 5.....	50
Tabla 6.....	51
Tabla 7.....	52
Tabla 8.....	54
Tabla 9.....	55
Tabla 10.....	57
Tabla 11.....	59
Tabla 12.....	61
Tabla 13.....	65
Tabla 14.....	70
Tabla 15.....	73
Tabla 16.....	79
Tabla 17.....	82
Tabla 18.....	84

## Índice de figuras

Figura 1.....	1
Figura 2.....	12
Figura 3.....	35
Figura 4.....	39
Figura 5.....	60
Figura 6.....	63
Figura 7.....	86
Figura 8.....	92
Figura 9.....	93
Figura 10.....	93
Figura 11.....	94
Figura 12.....	94
Figura 13.....	95
Figura 14.....	95
Figura 15.....	96
Figura 16.....	96
Figura 17.....	97
Figura 18.....	97
Figura 19.....	98
Figura 20.....	98
Figura 21.....	103
Figura 22.....	104

## **Introducción**

El siguiente trabajo académico hace referencia a la ejecución del plan de comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, siendo una institución hospitalaria que cuenta con más de 45 años desde su fundación y una fuerza laboral de 447 colaboradores, al contar con personal del área médica, paramédica y administrativa la comunicación interna se vuelve un pilar fundamental para involucrar a todos en los procesos que hacen funcionar al hospital.

Al realizar el diagnóstico de comunicación en la primera fase, se detectaron ciertas debilidades que pueden ser mejoradas, siendo el objetivo principal, involucrar en la medida de lo posible a todo el personal de UNICAR sobre los eventos, reconocimientos, información laboral, operativa y organizacional, por medio de nuevos canales de comunicación, siendo éstos: comunidad en WhatsApp, carteleras informativas, boletín informativo y buzón de sugerencias para que puedan tener acceso a la diversa información que sucede dentro del hospital.

La comunicación interna también se puede clasificar en cuatro tipos que son: descendente (alta dirección hacia los empleados), ascendente (empleados y se dirige hacia dirección superior), horizontal (entre colegas del mismo nivel jerárquico), y transversal (entre diferentes departamentos o áreas).

Para lograr alcanzar los objetivos planteados la herramienta principal utilizada es el plan de comunicación, la cual permite describir de forma detallada cuáles serán las acciones y tácticas que se llevarán a cabo, además permite definir los públicos, los mensajes clave, los indicadores de las acciones, el recurso humano, el financiamiento y los beneficiarios.

Los elementos comunicacionales son parte fundamental en la interacción diaria para que todos los miembros de una organización puedan intercambiar, procesar y almacenar información, por lo tanto, desde el emisor hasta la retroalimentación es necesario para un óptimo y eficaz funcionamiento en una organización. Desde el punto de vista hospitalario, la comunicación no solo es importante para transmitir información, además se vuelve un pilar importante en los valores y la transparencia que se pueda difundir a los públicos internos y externos.

## **Justificación**

En la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, lugar donde se realizan procedimientos y cirugías cardiovasculares, la vida humana es el valor más importante y la implementación de un plan de comunicación enfocada en la comunicación interna, es esencial para asegurar la eficacia operativa, la calidad en el servicio y el bienestar tanto de los pacientes como de los colaboradores.

De manera interna la comunicación debe ser clara y fluida entre el personal administrativo, médico y paramédico, esto es fundamental ya que se debe garantizar la vida y la seguridad de los pacientes pediátricos y adultos, además de hacer sentir integrados a todos los colaboradores, acerca de los acontecimientos, eventos, avances médicos, reconocimientos y noticias que pueden ser de interés. Por consiguiente, la difusión de información de manera actualizada, rápida y efectiva, promueve una mejor colaboración y sinergia entre los equipos.

Para lograr la integración de todos los equipos, el uso de canales de comunicación son indispensables para la ejecución del plan de comunicación, por ejemplo, WhatsApp por medio de la creación de una comunidad, boletín informativo, carteleras informativas, buzón de sugerencias físico y digital, da paso a poder integrar a todo el personal del hospital. Por lo tanto, permite una coordinación más efectiva en los procesos, reducir errores, optimizar los tiempos de respuesta, escuchar las opiniones y las sugerencias para hacer mejoras que beneficien tanto al colaborador como al hospital.

Las empresas y organizaciones cada vez más están aprovechando las herramientas tecnológicas que el mundo ofrece, por ende, UNICAR también debe hacerlo. El diagnóstico por lo tanto, permite priorizar los cambios más urgentes que se necesitan realizar de manera interna, para el fortalecimiento y beneficio de los colaboradores de dicha institución.

Un plan de comunicación interna además de promover la transparencia y el flujo abierto de información, permite que los colaboradores cuenten con diferentes herramientas para informarse de todo lo que sucede en su entorno laboral y tener la oportunidad de participar con sus ideas y opiniones, ya que es importante que todos sean emisores y receptores dentro del hospital.

## **Antecedentes**

Se establecen antecedentes con propuestas como la planteada en este proyecto de investigación y del sector hospitalario, de acuerdo con la tesis titulada “Diagnóstico y propuesta de estrategia de comunicación interna del área administrativa financiera del Hospital General de Enfermedades del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social - IGSS -” realizada por Jessika Cuyán (2018).

En el proyecto de tesis de Cuyán establece como objetivo principal, presentar una propuesta de estrategia de comunicación interna para el lugar y área antes mencionados, por medio de la realización del diagnóstico y la identificación de las necesidades comunicaciones internas encontradas, llegando a realizar políticas internas, medios de comunicación internos y ejecución de actividades tanto para los colaboradores como para las demás secciones, con el fin de mejorar y establecer normas para una adecuada comunicación interna.

También se puede mencionar la maestría titulada “Diseño de una estrategia de comunicación para el fortalecimiento del sistema de comunicación interna en el Hospital de Rehabilitación del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social” realizado por la Lcda. Olinda Sandoval (2010) la cual tenía como objetivo principal generar un sistema de comunicación interno que pudiera satisfacer las necesidades de información de las diferentes audiencias y fortalecer el sentido de pertenencia e identidad institucional.

Los productos comunicacionales realizados por Sandoval, fue la creación de una unidad de comunicación en el hospital, que integrará los canales de comunicación existentes y generar nuevos para satisfacer necesidades de información de las diferentes audiencias, además de fortalecer los canales existentes de comunicación para fomentar la participación de las diferentes audiencias.

No se cuentan con antecedentes de proyectos de investigación relacionados a la comunicación interna o externa en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, sin embargo, si han realizado proyectos como el rediseño de la imagen visual, dando paso a un refrescamiento por medio de un *rebranding*.

## Capítulo 1:

### Diagnóstico de Comunicación

#### 1.1 La Institución

Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR

#### 1.2 Perfil Institucional

La Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR es un centro hospitalario que tiene como objetivo ofrecer los servicios de cirugía cardíaca a nivel nacional, cuenta con el área médica de: consulta externa, hemodinamia, ecocardiografía, cirugías, cuidados intensivo, estomatología, terapia respiratoria, nosocomiales, nutrición, etc.

Contribuye de forma activa ofreciendo accesibilidad a procedimientos complejos y de alto costo económico. Para el año 1997 se incorpora a UNICAR el Doctor Aldo Casteñeda para aportar su conocimiento desde la Cirugía Cardiovascular Pediátrica, dando así la apertura a una atención más amplia que incluye área de adultos y área pediátrica.

#### 1.3 Ubicación geográfica

Figura 1

Ubicación geográfica satelital



Fuente: Google maps

La Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR se encuentra ubicada en la 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala.

## 1.4 Origen e Historia

A principios de la década de 1970, el cirujano cardíaco estadounidense Dr. Francis Robicsek durante su visita a Guatemala observó que el entorno carecía de las condiciones necesarias para una cirugía cardíaca. Muchos pacientes se vieron en la necesidad de viajar al extranjero para someterse a una cirugía de esta índole, lo que significaba altos costos financieros y no había más opción que optar por las organizaciones benéficas públicas.

El Dr. Robicsek y la Fundación Heinemann en Charlotte, Carolina del Norte, establecieron una alianza con el gobierno del general Carlos Manuel Arana Osorio para coordinar y organizar un programa a nivel local. Al mismo tiempo, se llevó a cabo la organización para la capacitación de un grupo de médicos y cirujanos guatemaltecos a las instalaciones del hospital de Charlotte, Carolina del Norte, con el fin de adquirir los conocimientos necesarios para realizar este tipo de operaciones en Guatemala.

Este programa de formación se inició en 1974, cuando el Dr. José Raúl Cruz Molina fue seleccionado para una beca en cirugía cardiovascular. Posteriormente, se escogieron cardiólogos, anesthesiólogos, técnicos en perfusión extracorpórea y enfermeras especializadas para recibir formación en diversas áreas con el objetivo de integrar la cirugía cardiovascular en el Departamento de Guatemala.

Debido a que el equipo necesario aún no estaba en Guatemala, el Hospital de Carolina del Norte en Charlotte proporcionó un laboratorio de diagnóstico cardíaco para realizar los primeros estudios en pacientes guatemaltecos de forma gratuita, dichos gastos cubiertos por la fundación Heinemann.

Gracias a esta colaboración, en noviembre de 1974, el Cuerpo Médico de Guatemala realizó con éxito las primeras cinco cirugías a corazón abierto con la ayuda del Dr. Robicsek. Desde entonces, se ha contado con el asesoramiento profesional del Hospital Charlotte y de varios equipos médicos electrónicos y otros materiales.

Después de intentar colocar el acceso a este tipo de procedimientos en otros departamentos de Guatemala, no fue hasta enero de 1984 cuando el Gobierno del General Mejía Victores, coloca la primera piedra de las instalaciones propias de UNICAR en los campos del Hospital Roosevelt.

En 1993, un grupo de pacientes que se sometieron a una cirugía cardíaca en el extranjero en el Hospital Metodista de Houston, a cargo del Doctor Rafael Espada, por iniciativa del ingeniero Renato del Core, decidieron unirse para apoyar a compatriotas de bajos recursos en el financiamiento de cirugías cardíacas, como resultado se formó la Asociación Médica Guatemalteca Doctor Rafael Espada de Guatemala AMEGESO.

El 19 de mayo de 1994, durante la administración del licenciado Ramiro de León Carpio de acuerdo con el Acuerdo Gubernativo no. 236-94, se crea y empieza a funcionar la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR con un nuevo modelo de gestión y funcionamiento, acordando que el Ministerio de Salud Pública y AMEGESO lideren y gestionen dicha unidad.

Con la demanda de servicios y reducido el espacio para el equipo necesario, a través del Ministerio de Salud Pública se aprueba la ampliación del edificio con 75 camas, tres salas de operaciones, amplios servicios de intensivo, y la aportación de un equipo de angiografía digital de alta resolución y de equipo médico electrónico moderno.

Con la incorporación del Doctor Aldo Castañeda a UNICAR en 1997 para trabajar en la Cirugía Cardiovascular Pediátrica y la fundación que lleva su nombre, se unieron esfuerzos para dar aportes tanto a nivel académico como de capacitación de personal guatemalteco, además de donaciones de equipo médico, becas para el área de Pediatría, contribución a la infraestructura y el equipamiento de dos quirófanos. (UNICAR, 2018)

## 1.5 Integración y Alianzas Estratégicas

El presupuesto asignado para el funcionamiento de UNICAR es proveniente de las asignaciones del Estado por medio del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, de servicios prestados a personas particulares, donaciones particulares, además de entidades nacionales y extranjeras, por servicios prestados al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, por las aportaciones recibidas de AMEGESO y la Fundación Aldo Castañeda.

Por consiguiente, para el óptimo funcionamiento de UNICAR son diversas las fuentes de financiamiento para seguir prestando servicios de alta calidad en el campo cardiovascular. La fiscalización de dichos fondos están a cargo de la Contraloría General de Cuentas de la Nacional, la Unidad de Auditoría Interna del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social y el Departamento de Auditoría Interna de la Unidad. (UNICAR, 2023)

## 1.6 Departamento o dependencias de la institución

Según el manual de descriptor de puestos que se encuentra en la página web de UNICAR y la visita guiada en el Hospital se cuenta con los siguientes departamentos o dependencias:

### 1.6.1 Consejo de Administración

Guía a la empresa en la toma de decisiones estratégicas para asegurar el cumplimiento de sus metas y objetivos.

### 1.6.2 Dirección General

Entre sus funciones se encuentra, analizar datos de la productividad, mejora continua de la calidad y control de costos, planificar, organizar, dirigir y controlar las funciones y actividades médicas, técnicas y administrativas de la unidad.

### 1.6.3 Auditoría Interna

Velar por el cumplimiento de normas, leyes y reglamentos que son aplicables a la unidad. Revisión preventiva y constante de las operaciones administrativas y financieras con el objetivo de promover el uso eficiente y transparente de los recursos.

### 1.6.4 Asesoría Jurídica

Realizar estudios de las situaciones legales de la institución a nivel comercial, administrativo o de legislación laboral. Asesor en las diligencias o casos que se presentan en la institución de conformidad con la ley.

### 1.6.5 Coordinación de Proyectos

Área encargada de garantizar que todos los proyectos se ejecuten de manera eficiente y efectiva, entres sus funciones se encuentran dar el seguimiento oportuno y encontrar cualquier dificultad que pueda impedir el éxito del mismo.

### 1.6.6 Unidad de Riesgos y Cumplimiento

Garantizar la seguridad y el cumplimiento del normativo, así como identificar y mitigar los riesgos en las operaciones hospitalarias.

### 1.6.7 Dirección Administrativa

Apoyar a la Dirección General en la toma de decisiones estratégicas a través de su conocimiento, así como planificar, coordinar, organizar y supervisar los procesos administrativos que se llevan a cabo dentro de la institución.

### 1.6.8 Dirección Financiera

Encargado de la gestión financiera de la unidad, responsable de la planificación operativa, así como la ejecución de esta, el análisis de los costos y la presentación de resultados.

#### 1.6.9 Departamento de Contabilidad

Entre sus deberes se encuentra revisar cheques emitidos diariamente, elaborar reporte de movimientos del Instituto Guatemalteco de Seguridad Social IGSS, elaborar estados financieros para presentación en Consejo de Administración.

#### 1.6.10 Dirección de Recursos Humanos

Área encargada de planificar, coordinar, dirigir y supervisar la ejecución de tareas que realiza el personal a su cargo, atender problemas laborales o conflictos que surgen en el desarrollo de las actividades del personal de la institución y tomar medidas pertinentes.

#### 1.6.11 Cardio-Farmacia

Espacio donde se pueden adquirir los medicamentos de uso cardiovascular.

#### 1.6.12 Bodega Médico Quirúrgico

Área donde se encuentran todos los insumos necesarios para los procedimientos quirúrgicos cardiovasculares.

#### 1.6.13 Caja

Desempeña la gestión financieras y operativa, como recibir y registrar los pagos realizados por consultas, procedimientos y otros servicios.

#### 1.6.14 Departamento de Compras

Se encarga de la gestión y la adquisición de los suministros médicos, equipos y materiales que son necesarios para el funcionamiento del hospital.

#### 1.6.15 Rayos x

Área encargada para determinar un diagnóstico, por medio de imágenes internas del cuerpo.

#### 1.6.16 Estomatología

Área encargada del cuidado integral de la salud bucal de los pacientes, para prevenir enfermedades o bien tratar problemas bucales que puedan presentarse.

#### 1.6.17 Cardiología no Invasiva

Diagnóstico y seguimiento de enfermedades cardíacas utilizando procedimientos que no son invasivos para los pacientes, por ejemplo un ultrasonido desde el exterior del pecho.

#### 1.6.18 Informática

Encargada de obtener información a partir del ingreso, procesamiento y almacenamiento de datos, uso eficiente de la tecnología para los profesionales de la salud.

#### 1.6.19 Trabajo Social

Área que brinda apoyo y atención a los pacientes y sus familiares, ofrece orientación, y trabaja en conjunto con otros profesionales de la salud.

#### 1.6.20 Cardiología Invasiva

Área donde se utilizan técnicas quirúrgicas para procedimientos más complejos, tratando enfermedades y trastornos cardíacos.

#### 1.6.21 Ecocardiograma Adultos

Área donde se utiliza equipo para realizar ultrasonido que crea imágenes del corazón para evaluar su estructura, su correcto funcionamiento y el flujo sanguíneo.

#### 1.6.22 Cuarto de Ecocardiogramas

Espacio con equipo para realizar ecocardiogramas, las cuales son pruebas no invasivas para evaluar la salud del corazón y dar un diagnóstico.

#### 1.6.23 Consulta Externa Adultos

Proporciona atención médica a pacientes ambulatorios adultos.

#### 1.6.24 Consulta Externa Pediatría

Brinda atención a niños en consultorios externos.

#### 1.6.25 Terapia Respiratoria

Proporciona atención especializada y continua a los pacientes con problemas respiratorios y aquellos con riesgo de complicaciones pulmonares.

#### 1.6.26 Registros Médicos/Archivos

Espacio donde se almacenan todos los expedientes de los pacientes.

#### 1.6.27 Vigilancia

Área de cuidado y supervisión de personas o del entorno físico donde se encuentran los pacientes, los familiares y el personal de UNICAR.

#### 1.6.28 Ecocardiogramas pediatría

Estudio no invasivo que utiliza un ultrasonido para evaluar la estructura y la función del corazón en los niños, con la finalidad de detectar alguna anomalía cardíaca.

#### 1.6.29 Secretaría Dirección Pediátrica

Personal Administrativo capacitado para asistir en asuntos relacionados con la atención pediátrica.

#### 1.6.30 Central de Enfermería Intensivo Pediatría

Área encargada del cuidado integral y personalizado de los pacientes pediátricos que requieren mayor atención por su estado delicado de salud.

#### 1.6.31 Hemodinamia

Realiza diagnósticos y terapias de manera menos invasiva, cuenta con dos equipos de angiografía digital en el cual equipan dos modernas salas de atención a pacientes.

#### 1.6.32 Central de Equipos

Tienen como función principal proporcionar y mantener el material y equipo necesario para los procedimientos quirúrgicos.

#### 1.6.33 Nutrición Adultos

Tiene a cargo el servicio de alimentación de UNICAR, para pacientes internos y personal, se evalúa el estado nutricional actual y se brinda terapia nutricional preventiva y/o recuperación enfocada a los problemas cardiovasculares.

#### 1.6.34 Nutrición Pediatría

Apoyo y asesoramiento adaptando las necesidades nutricionales según su edad y tamaño.

#### 1.6.35 Sala de operaciones - Central de Enfermería

Supervisar y coordinar la preparación y atención durante los procedimientos quirúrgicos.

#### 1.6.36 Mantenimiento - Sub Estación Eléctrica

Mantenimiento preventivo de equipos médicos y los sistemas eléctricos de la institución.

#### 1.6.37 Sala de Espera

Espacio físico que proporciona comida para los pacientes y sus familiares.

#### 1.6.38 Intermedio Pediatría 2do Nivel

Monitoreo continuo para recuperación segura.

#### 1.6.39 Eventos y Adquisición

Adquisición y gestión de suministros necesarios para el funcionamiento óptimo del hospital, asegurando los recursos para las cirugías cardíacas.

#### 1.6.40 Supervisión de Enfermería

Garantiza la seguridad y la calidad de la atención de los pacientes.

#### 1.6.41 Comité de Nosocomiales

Organizado para llevar a cabo la vigilancia epidemiológica de las infecciones intra hospitalarias por medio de la investigación, prevención, docencia y control.

#### 1.6.42 Central de Enfermería Adultos

Coordinar y gestionar las actividades de enfermería especialmente en el área de adultos.

#### 1.6.43 Central de Enfermería Pediatría

Coordinar y gestionar las actividades de enfermería en el área de pediatría.

#### 1.6.44 Departamento de Cirugía Cardiovasculares

Realiza intervenciones quirúrgicas para tratar las enfermedades que afectan al corazón.

#### 1.6.45 Departamento de Anestesia

Proporciona anestesia y cuidados en los procedimientos quirúrgicos.

#### 1.6.46 Departamento de Cardiología

Diagnóstica y trata las enfermedades cardíacas mediante pruebas o exámenes que se requieran.

#### 1.6.47 Departamento de Electrofisiología

Se especializa en el diagnóstico y tratamiento de trastornos del ritmo cardíaco.

#### 1.6.48 Departamento de Ecocardiografía

Técnica de diagnóstico no invasiva de fácil realización que permite realizar diagnóstico estructural y funcional del corazón y sus grandes vasos, usada tanto en pacientes pediátricos y adultos.

#### 1.6.49 Departamento de Perfusión

Administra y supervisa la circulación extracorpórea durante las intervenciones quirúrgicas cardíacas, garantiza la oxigenación adecuada del cuerpo con el funcionamiento cardiovascular mientras el corazón se encuentra detenido en los procedimientos.

#### 1.6.50 Departamento de Intensivo

Atención especializada y continua para pacientes en estado crítico que necesitan de cuidados más profundos para poder ser estabilizados.

#### 1.6.51 Departamento de Consulta Externa

Ofrecer los servicios de evaluación para determinar si serán pacientes que necesiten de atención cardiovascular y ser trasladados a otro departamento para su seguimiento.

#### 1.6.52 Departamento de Psicología

Proporciona apoyo emocional hacia los pacientes y sus familiares durante todo el proceso de los problemas y las cirugías cardíacas, ayudando a manejar la ansiedad y el estrés.

#### 1.6.53 Departamento de Infectología

Prevención, diagnóstico y tratamiento de las infecciones que puedan presentarse.

#### 1.6.54 Departamento de Odontología

Evaluaciones y tratamientos dentales en pacientes, ya que la salud bucal puede estar ligada a problemas cardíacos.

#### 1.6.55 Investigación y Docencia

Investigación científica que aporte nuevos avances en el campo de cirugías cardíacas así como el desarrollo del profesional cardiovascular.

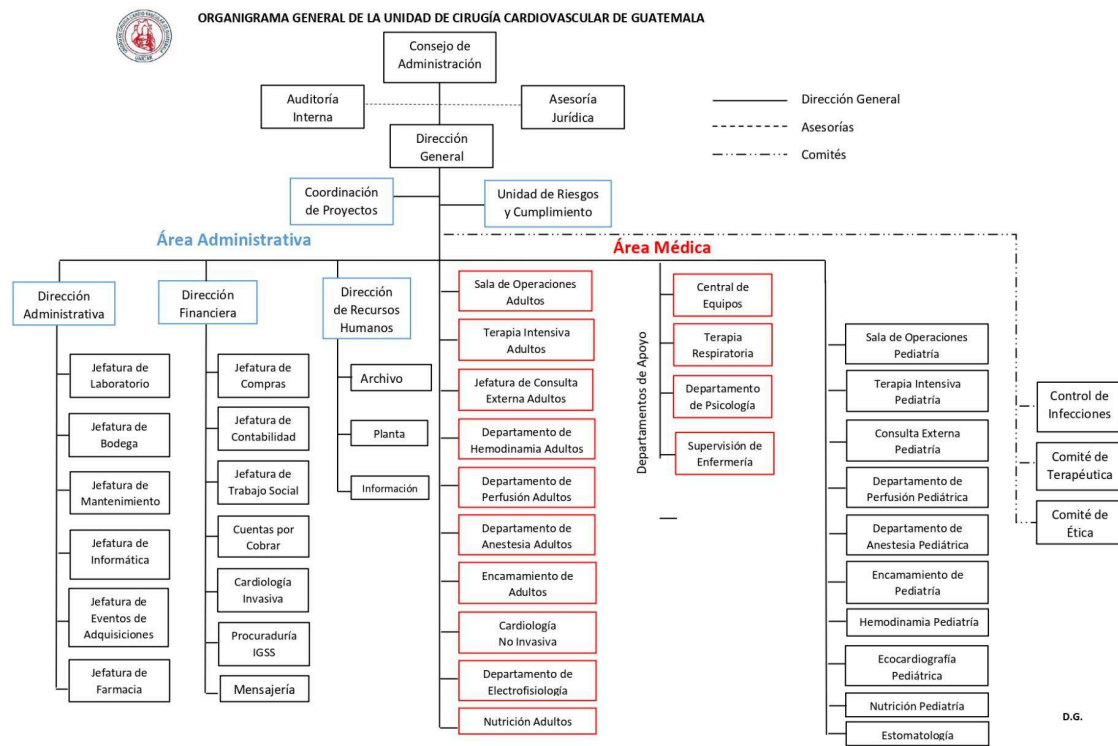
#### 1.6.56 Laboratorios

Lugar para tomar muestras médicas tanto a pacientes de UNICAR como al público en general.

## 1.7 Organigrama de la Empresa

Figura 2

Organigrama general de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala



Fuente: UNICAR

## 1.8 Misión

Institución de salud no lucrativa, dirigida a la población guatemalteca y centroamericana que padece enfermedades cardiovasculares, comprometida a brindar servicios de salud de alta calidad con apego a valores humanos.

## 1.9 Visión

Ser una institución que esté a la vanguardia en la prestación de servicios de cardiología y cirugía cardiovascular altamente tecnificada y con personal calificado, que garantice la excelencia de la atención y el crecimiento autosostenible.

## 1.10 Objetivos Institucionales

Los objetivos planteados en el plan de trabajo del año 2023 de la Unidad de Cirugía Cardiovasculares de Guatemala UNICAR, se encuentran los siguientes:

- a) Recuperación de salud, una mejor calidad de vida y la reincorporación de los pacientes a su medio social y económico.
- b) Prestar servicios integrales de alta calidad en el área cardiovascular, a través de diagnósticos oportunos, ininterrumpidamente, completa e integral.
- c) Brindar atención oportuna, ininterrumpida, completa e integral.
- d) Reducir el porcentaje de muerte.
- e) Mejorar la satisfacción de los pacientes.
- f) Manejar eficientemente los recursos y transparente el gasto.

## 1.11 Público objetivo

La institución busca ayudar a todas las personas referidas por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social que necesiten de servicios cardiovasculares, esto incluye a pacientes adultos y niños, por lo tanto, el público objetivo de UNICAR es bastante amplio abarcando a toda persona que requiera la atención oportuna de la institución. Para fines de este proyecto, el público objetivo es el personal médico, personal paramédico y el personal administrativo.

## 1.12 Diagnóstico

El diagnóstico es aquella herramienta que permite establecer el punto de partida de un plan de comunicación para su posterior ejecución, Cardoso (2011) expresa “el diagnóstico es una estrategia de producción de conocimientos acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar esa realidad” (p.3).

Como sigue expresando Cardoso (2011) un diagnóstico puede servir para disponer de información y con base a la misma se planifica un proyecto a futuro, además permite analizar el contexto de un proyecto, detectar problemas y necesidades para posteriormente buscar una solución integral que sea de beneficio para una comunidad, empresa o institución.

Dentro de este orden de ideas, el diagnóstico es el primer paso hacia una mejora comunicacional, es un compendio de información que permite tomar decisiones pertinentes para realizar los cambios necesarios ante los principales problemas que la institución pueda presentar. Por otra parte, para ampliar más el concepto de comunicación, Interiano (2013) indica que la comunicación es un fenómeno de interacción social que toda sociedad necesita para su desarrollo, es el oxígeno de la sociedad para el avance científico, tecnológico, y en todos los órdenes de la vida.

### 1.12.1 Pregunta de investigación

¿La Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala utiliza los canales de comunicación adecuados para asegurar la difusión efectiva de la información interna y externa?

### 1.12.2 Objetivo General

- a) Analizar los procesos de comunicación interna y externa dentro de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR.

### 1.12.3 Objetivos específicos

- a) Identificar los canales de comunicación interna y externa dentro de UNICAR.

- b) Describir las debilidades de la comunicación interna y externa de UNICAR para difundir información.
- c) Determinar la presencia de retroalimentación en los procesos de comunicación interna y externa en UNICAR.

### 1.13 Metodología

La metodología es indispensable para poder determinar el proceso que se debe seguir para alcanzar los resultados esperados de una investigación, Ramírez y Zwerg (2012) expresan:

De manera complementaria, la claridad en la metodología consiste en encontrar estrategias para acercarse al objeto-sujeto de estudio, logrando identificar en forma concisa la unidad de análisis. La metodología resuelve las preguntas del ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cómo? y ¿Cuándo?, lo que permite que el investigador en su lógica de uso o cotidiano resuelva estos interrogantes de forma simultánea... (p.97)

Visto de esta forma, la metodología no es más que la respuesta a las interrogantes que se han planteado para mejorar un proceso o una debilidad presentada en alguna empresa, institución o incluso una comunidad

#### 1.13.1 Descripción del método

Como señala Vasquez (2006) el método es el procedimiento que permite alcanzar el o los objetivos deseados a través de un proceso ordenado y sistematizado que requiere la actividad a ejecutar. Por otra parte, el enfoque de la investigación es aquella en la que el investigador se va a enfocar para abordar el objeto de estudio y obtener los resultados deseados y existen tres en los cuales se puede hacer mención:

- a) Enfoque cuantitativo: este enfoque utiliza principalmente la recolección de datos para probar hipótesis teniendo como base la medición numérica y el análisis estadístico, esto con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Como expresan Pimienta y De la Orden (2017) este enfoque se centra en formular preguntas muy puntuales, acerca de ¿cómo? y ¿cuándo? tiene lugar el fenómeno que está siendo estudiado, permitiendo recopilar la información que puede ser plasmada en números e indicadores para su posterior análisis.

Una de las características del enfoque cuantitativo es la objetividad que debe manejar, los fenómenos observados no deben ser afectados por los juicios de valor del investigador, es decir por sus creencias, opiniones o deseos. Unrau, Grinnell y Williams (como se citó en Hernández Sampieri et al, 2014).

De acuerdo con Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018) la aplicación del método científico en este tipo de investigación y de todas las particularidades en cada una de las ciencias son estrictas y se postulan como la única forma de alcanzar la verdad o descubrir nuevos conocimientos científicos.

- b) Enfoque cualitativo: este tipo de investigación no generaliza y su principal preocupación es describir e interpretar el fenómeno que está estudiando, quienes utilizan este método buscan entender una situación social expuesta, con base en información obtenida principalmente de la población o las personas estudiadas. Bonilla y Rodríguez (como se citó en Torres, 2022)

Su función principal es utilizar los datos recolectados para su posterior análisis y así afinar las preguntas que surgieron en la investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de la interpretación. Hernández Sampieri et al, (2014)

Siguiendo con Sampieri indica que este tipo de enfoque puede desarrollar las hipótesis, antes, durante y después de haber recolectado los datos y realizado el análisis de los datos, además se puede regresar en varias ocasiones a etapas previas de la investigación. De este modo implica entonces sensibilizarse en el entorno que se va a trabajar, e incluir a personas que brinden información valiosa al investigador.

Algunas de las características es que el investigador examinar los hechos en sí para después desarrollar una teoría de acuerdo a lo que observa, y lo puede realizar por medio

de entrevistar a una persona, analizar lo recolectado y sacar conclusiones pertinentes y volver a repetir el proceso con otra persona hasta una perspectiva más general. Hernández Sampieri et al, (2014)

- c) Enfoque mixto: combina características de los enfoques cuantitativos y cualitativos, aprovecha las fortalezas de cada enfoque en un mismo estudio. A manera de ejemplo de lo que ocurre en la investigación mixta se menciona lo siguiente:

Lo mismo ocurre con la investigación de una escena del crimen. Se toman en cuenta técnicas cuantitativas (análisis de huellas, sangre y ADN, propiedades químicas de objetos, patrones de salpicadura de la sangre y otras pruebas forenses) y técnicas cualitativas (entrevistas a testigos y observación), así como distintas clases de evidencia (fotografías, videos tomados después del crimen y revisión de aquellos que puede haber registrado el hecho en cámaras públicas, grabaciones de audio, levantamiento de muestras físicas, etcétera). (Hernández Sampieri y Mendoza, 2018, p.612)

Hernández Sampieri, junto a los autores Fernández y Baptista, hacen mención además de los procesos y las bondades que acompañan a cada enfoque, en el caso del enfoque cuantitativo es deductivo, es decir, va de lo general a lo particular, es secuencial, probatorio y analiza una realidad objetiva, por otra parte, el enfoque cualitativo es inductivo, esto significa ir de lo particular a lo general, es recurrente, analiza múltiples realidades subjetivas y no tiene una secuencia lineal.

Por otra parte, para dar mejor sustentación o dar una perspectiva especial al estudio que se está realizando, se mencionan cuatro alcances en la investigación cuantitativa como lo señala Hernández Sampieri et al, (2014) los estudios de alcance descriptivo consisten en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos, ya sea personas, grupos o comunidades en forma detallada y como éstas se manifiestan para su posterior análisis.

El alcance exploratorio tienen el objetivo de estudiar un problema que ha sido poco estudiado y el cual aún se tienen muchas interrogantes por resolver, tal fue el caso del Covid 19, por otra parte, el alcance explicativo, pretende establecer cuales son las causas para que un evento y fenómeno ya sea físico o social sucediera, finalmente el alcance correlacional es una asociación

de variables predecibles para un grupo o población, es decir, conocer la relación entre dos o más conceptos. Para fines de este proyecto se utilizó el tipo de investigación mixta, a través de la aplicación de diferentes herramientas que fueron esenciales para recabar la información pertinente para su posterior análisis.

### 1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Actualmente para la recolección de datos existen diversas técnicas e instrumentos que permiten obtener información para su posterior análisis, para Ñaupás et al. (2018) las técnicas de investigación son “...conjunto de normas y procedimientos para regular un determinado proceso y alcanzar un determinado objetivo” y los instrumentos de investigación “son las herramientas conceptuales o materiales, mediante los cuales se recoge los datos e informaciones, mediante preguntas, ítems, que exigen respuestas del investigado” (p.273).

Las técnicas e instrumentos además de funcionar para obtener información en el diagnóstico, permiten establecer cuáles serán los procedimientos y los próximos pasos a seguir para darle solución a los problemas detectados, para fines de especificar y ampliar cada una de ellas a continuación se describe su función y cuáles fueron de ayuda en este proyecto.

#### 1.13.2.1 Observación

La observación utiliza principalmente los sentidos, es decir, la vista, el tacto, el oído y el olfato, Torres (2022) plantea que en el contexto de la investigación científica, es un proceso meticuloso que facilita el conocimiento directo del tema en cuestión, para posteriormente detallar y analizar las circunstancias sobre la realidad que se está estudiando.

Cabe destacar que en la observación, los sentidos son el recurso más importante que tiene el investigador para recopilar información, Ruiz (como se citó en Maning, Márquez y Madueño, 2018) la define como “el proceso de contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma” (p,58). Lo anterior compete entonces a actuar como un espectador pero anotando todos los datos relevantes e importantes que puedan ayudar a este diagnóstico.

Existen diferentes puntos acerca de las clases o modalidades de la observación según el libro Metodología de la investigación de Ñaupas et al. (2018) se clasifican de la siguiente manera:

- a) Observación heurística: sirve para encontrar, descubrir problemas e hipótesis científicas para formular luego el proyecto de investigación, es una observación exploratoria que dará inicio a una investigación más seria.
- b) Observación de comprobación de hipótesis: observación realmente científica que reúne la exigencia de la técnica científica para comprobar o verificar hipótesis planteadas.
- c) Observación directa, no participante: se establece entre el investigador y el objeto-problema investigado, mediado principalmente por instrumentos de observación como las libretas, fichas de campo, etc., que sirven para mejorar o completar la observación.
- d) Observación participante: la observación consiste en que el investigador participa o comparte la vida de un grupo social o comunidad como un invitado o amigo, para observar y registrar datos e impresiones sobre los aspectos y las variables de sus hipótesis de investigación.
- e) Observación no participante: observación convencional que no requiere mucho tiempo para efectuar, pero sí de una rigurosidad en su aplicación, en donde el observador es un espectador que cuenta con los instrumentos necesarios para registrar datos e información.
- f) Observación de campo: observación aplicada fuera de gabinete o laboratorio, utilizada tanto en ciencias sociales como naturales, es decir, sociología, psicología, física, etc.
- g) Observación experimental: examina atentamente el efecto que produce la manipulación de la variable independiente sobre la variable dependiente.
- h) Observación documental: tipo de observación que se realiza a partir de la lectura y análisis de documentos impresos y digitales, como libros, revistas, cartas, sitios web, etc.

Para fines de este diagnóstico la observación utilizada fue la directa no participante ya que se fue directamente al hospital UNICAR a realizar el recorrido a todo el hospital, con el propósito principal de recabar información en la visita guiada, además en ningún momento se hizo interacción y tampoco se interrumpió las actividades del personal médico, paramédico y administrativo.

### 1.13.2.2 Lista de cotejo

Este instrumento o herramienta que se utiliza en la investigación sirve de acompañante a la observación, también llamada hoja de chequeo o *check list*, se anota la presencia o ausencia de aspectos a indagar, como las destrezas, actividades sociales, etc., también es de utilidad para poder inventariar métodos, estrategias, materiales en general, etc. (Ñaupas, et al., 2018)

### 1.13.2.3 Entrevista

La entrevista según Lanuez y Fernández (como se citó en Feria, Matilla y Mantecón 2020) se define como el método basado en la comunicación interpersonal, que se establece entre dos o más personas, ya sea el investigador y el sujeto o los sujetos de estudio y así obtener respuestas verbales a las preguntas que se han planteado.

Existen diferentes clases de entrevista según Hernández et al (como se citó en Ñaupas et al., 2018) las clasifica de la siguiente manera:

- a) Entrevista estructurada: propia de la investigación cuantitativa tienen un plan preestablecido, es decir, un diseño que se realiza de acuerdo con la guía o formulario que pueda responder a las hipótesis formuladas.
- b) Entrevista semiestructurada: la guía no es tan formal y rígida lo cual permite agregar preguntas necesarias para esclarecer dudas con información obtenida.
- c) Entrevista no estructurada: tipo de entrevista abierta o libre en la cual el entrevistador tiene la libertad de realizar preguntas, pero siempre basándose en un guía de contenidos y es propia del tipo cualitativo.
- d) Entrevista grupal: consiste en la conversación o diálogo entre uno o más entrevistados en donde el grupo de personas deben pertenecer a una misma clase.

En la realización de este diagnóstico, la primera reunión cara a cara que se tuvo fue en la entrega de la carta, en la cuál no había ninguna estructura, ya que se comentó la dinámica del EPS, las fases y preguntas a grandes rasgos acerca de la comunicación interna y externa. Dicha reunión fue de manera presencial en las instalaciones de UNICAR con la licenciada Linda Rodas

encargada del departamento de Coordinación de Proyectos, para indagar más respecto a las áreas de comunicación antes mencionadas.

#### 1.13.2.4 Documentación

La documentación como su nombre lo indica son todos aquellos sitios digitales o físicos en donde se puede obtener información importante. Ñaupás et al. (2018) describe que “la recopilación documental es una técnica de investigación para recoger o recopilar información, relevante, con alto grado de veracidad, de fuentes documentales...” (p.308).

La recolección de información para este diagnóstico fue a través del sitio web de UNICAR en donde se muestra documentos de acceso público, las redes sociales tanto *Facebook* e *Instagram* para determinar el tipo de contenido que postea la institución, la interacción del público y las respuestas por parte de UNICAR.

#### 1.13.2.5 Encuesta

Desde el punto de vista de Alvira (2011) la encuesta “Es la conjunción del interés, y necesidad, por recoger información directamente de la persona entrevistada con el desarrollo de los métodos muestrales lo que hace surgir la encuesta como tal y como la conocemos en la actualidad. (p.6). La encuesta permite la recolección de datos, de una población o una parte de ella, identifica opiniones, puntos de vista, actitudes entre otros aspectos, una de las ventajas es que permite preguntar de una manera indirecta, es decir, mandarla por medios digitales a los encuestados (Rojas, 2011).

Dependiendo su modalidad las encuestas pueden ser abiertas o cerradas, según Rojas (2011) las encuestas abiertas son aquellas que son espontáneas y libres, los encuestados tienen mayor libertad para responder, y las encuestas cerradas, tienen preguntas específicas y concretas donde no hay oportunidad de una expresión más extensa.

### 1.13.3 Interpretación de los resultados

#### 1.13.3.1 Guía de observación

Tabla 1

#### Guía de observación para comunicación interna

Nombre de la institución: Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR

Fecha de observación: 7 de marzo de 2024

<b>Situación o variable a observar</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>	<b>Observación</b>
Logo nuevo en las instalaciones		x	El cambio solo se realizó a nivel de redes sociales y en hojas membretadas.
Instalaciones en buen estado	x		Ampliación de un área del hospital
Persona brindando información en la entrada	x		
Recepción	x		
Sala de espera externa	x		Cubierta del sol y la lluvia
Sala de espera interna	x		
Información a pacientes sobre donde dirigirse	x		En la sala de espera cuentan con una pantalla en la cual llaman al paciente y le indican a donde debe ir.
Buena atención por parte del personal médico	x		
Buena atención por parte del personal administrativo	x		
Papelería membretada con el nuevo logo de UNICAR	x		Algunos documentos aún cuentan con el logo anterior.
Mapa del hospital		x	
Los uniformes cuentan con el nuevo logo		x	La licenciada Linda Rodas indica que todavía cuenta con reserva de uniformes con el antiguo logo y no pueden desecharlos ya que se prioriza utilizar todos los recursos.

Cafetería externa	x		Es totalmente externa al hospital y brinda alimentos a familiares, pacientes y personal.
Correo institucional para todos los colaboradores		x	Solo el área administrativa cuenta con correo institucional.
Buzón o espacio de sugerencias		x	
Cartelera informativa	x		Se observaron un par, pero las notas no cuentan con una línea gráfica establecida o con información del personal.
Sala de reuniones	x		
Salas de espera para los familiares de pacientes	x		Se encuentran en buenas condiciones, en el área pediátrica fue una donación de la casa Ronald McDonald.
Habitaciones en buenas condiciones	x		
Departamentos y áreas del hospital identificables	x		
Pantallas con contenido educativo en sala de espera		x	Ya tienen contemplado que puede hacerse esa mejora.

Fuente: elaboración propia

Cabe resaltar que para observar aspectos internos del hospital, se realizó una visita guiada y programada el día jueves 7 de marzo de 2024, por parte de la licenciada Linda Rodas encargada del departamento de Coordinación de Proyectos, al llegar al lugar se observa fuera de la institución un área de espera externa totalmente techada con sillas en buenas condiciones, la farmacia de cardio y a un costado la cafetería, dicho lugar es totalmente externo a la institución y en ella pueden todos los pacientes y sus familiares adquirir alimentos para su consumo.

Al ingresar al edificio se observa una persona brindando información y recepción a un costado, para quienes ya son pacientes, dentro se encuentra otra sala de espera con una pantalla donde les indica al lugar donde tienen que dirigirse y otra pantalla con programación de cable habitual, por

ende, no utilizan este canal de información para interactuar con el público externo. Casi a un costado hay una ampliación del departamento de cardiología y cirugía cardiovascular pediátrica Dr. Aldo Castañeda, la cual se observa la modernidad y la comodidad para los pacientes más pequeños y sus familias.

Al ser un hospital cuenta un área administrativa y un área médica bastante amplia, sin embargo, se observa que aún siguen manejando el envío de cierta documentación de forma impresa, cuentan con un par de carteleras en donde la información no logra apreciarse de forma ordenada o con una estructura, el área de marcaje del personal no cuenta con algún canal de comunicación de información de las noticias internas.

Añadido a lo anterior, cierta información también se logra apreciar de forma impresa con hojas pegadas en la pared, por ejemplo, afuera en la farmacia de cardio se encuentran ciertas ofertas y promociones de medicamentos que no se logran apreciar bien.

Otra observación pertinente es la actualización del nuevo logo, todavía se logra presenciar en puertas el logo antiguo, esto debido a que representa un costo extra y el hospital prioriza los recursos en los pacientes, también se observa aún en los uniformes por motivo de contar aún con reservas existentes y hacer uso de los mismos. En toda la visita se apreció el buen trato por parte del área administrativa y el personal médico, además de la buena limpieza en todas las áreas, departamentos, quirófanos y habitaciones del hospital.

Otro punto importante para mencionar es el área de laboratorio, el cual está abierto para que cualquier persona pueda realizarse sus exámenes médicos, al momento de preguntarle a la licenciada Rodas si contaban con información establecida o algún tipo de manual donde indicaba las instrucciones para realizar los exámenes, me indica que no.

Tabla 2

Guía de observación comunicación externa

Nombre de la institución: Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR

Fecha de observación: 7 de marzo de 2024

Aspectos a observar:

Situación o variable a observar	Sí	No	Observación
Logotipo	x		
Colores establecidos	x		
Tipografía	x		
Línea gráfica establecida	x		
Redes sociales	x		<i>Facebook e Instagram</i>
Interacción y respuestas a comentarios		x	No hay un <i>Community Manager</i> establecido
Contenido según su audiencia	x		
Crecimiento igual en redes sociales		x	Se evidencia una disparidad entre las dos redes sociales
Página web	x		No está actualizada
Publicidad pagada		x	

Fuente: elaboración propia

Como primeras observaciones en la comunicación externa en UNICAR, la página web se encuentra desactualizada, si bien brinda información pública como parte de la transparencia de la institución, no cuenta con un llamado a la acción para realizar donaciones, algunos botones no funcionan y marcan error, además podría tener una mejor estructura de contenidos.

Por otra parte, en la red social *Facebook* cuentan con dos páginas, la primera llamada Unicar Guatemala la cual tiene la opción de agregarla como amigo, y en ella se encuentra contenido de acontecimientos importantes que han ocurrido en la institución desde el año 2020, y la segunda

una fan page para seguir llamada Unicar Guatemala Oficial, creada en el mismo año, y no es hasta el 17 de junio de 2023 que hacen del conocimiento la nueva imagen de UNICAR.

También cuentan con perfil de *Instagram*, en el cual se puede optimizar con palabras clave y mayor información, sin embargo, con la nueva imagen también cuenta con un manual de marca, donde se establece una línea gráfica institucional, determinando colores, tipografía e imágenes con mejor calidad.

Lo anterior sin duda hace ver una mejor calidad de contenidos y una mejor percepción del mismo, al realizar el *rebranding* refrescan la imagen y es el comienzo para fortalecer aún más su presencia en comunicación externa, ya que en la primera página de *Facebook* se observa una gran interacción y comentarios positivos, pero al no contar con un *Community Manager* que responda a los comentarios, se pierde la importancia que la institución le pueda dar a la audiencia, por lo tanto no hay retroalimentación con el público externo.

### 1.13.3.2 Encuesta

#### Encuesta de diagnóstico comunicación interna

Nombre de la encuestada: Licenciada Linda Rodas

Cargo: Coordinadora de proyectos

Lugar: Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR

Fecha: 7 de marzo de 2024

Modalidad: Presencial

Pregunta 1: ¿De los siguientes canales de comunicación interna cuáles se utilizan en UNICAR?

- a) Correo electrónico
- b) Reuniones presenciales
- c) Reuniones virtuales
- d) Circulares/oficios
- e) Grupo de mensajería
- f) Cartelera informativa
- g) Buzón de sugerencias
- h) Revista interna
- i) Teléfono PBX
- j) Celulares

La pregunta busca identificar los canales de comunicación que se utilizan en UNICAR, los resultados obtenidos por parte de la licenciada Rodas indican los medios de comunicación que el personal tanto administrativo como médico y paramédico son utilizados dentro de la institución. Las respuestas obtenidas permiten indicar que tan efectivos o que mejoras podrían realizarse para evaluar y mejorar la estrategia de comunicación interna dentro de UNICAR. Si bien la respuesta es por parte de una sola persona y no representa una parte de la institución, los resultados dan ideas preliminares de como la licenciada Rodas percibe la comunicación interna, ya que coordinación de proyectos está en estrecha relación con Dirección General quienes se encuentran como departamentos principales en el organigrama del hospital, además de trabajar en la institución por 20 años.

Pregunta 2: ¿Todos los colaboradores cuentan con correo institucional?

- a) Sí
- b) No

Esta pregunta tiene la finalidad de conocer si toda la información que se comparte en el hospital llega a todos los colaboradores, al tener una respuesta negativa, indica que existe una uniformidad en el canal de comunicación, y que no todos los colaboradores se encuentran en la misma sintonía, esto puede indicar varias debilidades en el envío y recepción de la información, puede retrasar procesos los cuales pueden ser cruciales para los equipos de trabajo o incluso pueden ser obstáculos en la comunicación con los pacientes y sus familiares. Los resultados obtenidos sugieren entonces la necesidad de abordar de manera integral la importancia de garantizar una comunicación óptima, fluida y eficaz entre todos los colaboradores del hospital.

Pregunta 3: ¿Se comparten noticias, políticas internas, eventos, reconocimientos a todos los colaboradores?

- a) Sí
- b) No

Para conocer el tipo de información que se comparte en UNICAR, la pregunta indaga sobre la práctica de compartir noticias, políticas internas, eventos y reconocimientos de todos los colaboradores del hospital. Al obtener una respuesta negativa indica que no se comparte suficiente información acerca de todo lo que sucede en el hospital, esto puede ser debido a la falta de correo institucional para toda la fuerza laboral, lo cual implica diversos aspectos a tomar en cuenta y que se pueden mejorar para fortalecer los canales de comunicación interna y garantizar una colaboración efectiva y un ambiente laboral más integral.

Pregunta 4: ¿Considera que la información que se comparte es clara, relevante y oportuna?

- a) Sí
- b) No

La pregunta busca indagar ciertos aspectos de la información que se comparte en UNICAR, a pesar que en preguntas anteriores, se indica que no existe un correo institucional para todo el personal del hospital, y que cierta información aún se comparte por medio físico, la información que llega algunos de manera electrónica y de manera física, resulta ser clara, relevante y oportuna. Esto es un indicador positivo ya que los mensajes transmitidos cumplen su función principal, sin embargo, lo que se puede mejorar es el flujo de información, para contribuir a una mejor coordinación y satisfacción de la comunicación en todas las áreas del hospital.

Pregunta 5: ¿Se fomenta la retroalimentación a los colaboradores?

- a) Sí
- b) No

La retroalimentación a los colaboradores representa una gran importancia en diferentes aspectos como en el desarrollo profesional, la motivación, el compromiso, aprendizaje de errores y una mejora de rendimiento. Para conocer más a fondo la comunicación con respecto a los colaboradores, la pregunta busca precisamente indagar si se lleva a cabo retroalimentación al personal de UNICAR, al obtener una respuesta negativa, puede indicar una falta de canales formales o informales para que los colaboradores pueden expresar sus opiniones, preocupaciones, sugerencias o críticas con respecto a su área de trabajo, el ambiente laboral o la institución en general.

Pregunta 6: ¿Hay espacios designados para que los colaboradores puedan expresar sus opiniones, sugerencias o preocupaciones?

- a) Sí
- b) No

Conocer la existencia de espacios designados para que los colaboradores puedan expresar sus opiniones, sugerencias o preocupaciones es crucial por varios motivos, puede fomentar la transparencia y la confianza que tienen hacia el hospital, lo cual puede fomentar una cultura laboral positiva, por otra parte la libertad de expresar sus ideas sin temor a represalias, crea un ambiente donde se valore el pensamiento de cada colaborador y crea oportunidades de mejora.

En el caso de esta pregunta al tener una respuesta negativa, se puede interpretar en la falta de espacios y canales claros en donde el personal de UNICAR puede expresar sus ideas o inquietudes dentro del hospital, por consiguiente, puede llevar a una menor participación, motivación y compromiso. Por lo tanto, es importante abordar esta falta de espacios para promover un ambiente más abierto, inclusivo y colaborativo.

Pregunta 7: ¿Se realizan encuestas para evaluar la efectividad de la comunicación interna?

- a) Sí
- b) No

La realización de encuestas para evaluar la efectividad de la comunicación interna, a herramientas formales para recopilación de información de todo el personal de una institución para establecer estrategias de comunicación que sean funcionales, en el caso de UNICAR se pueden implementar acciones así como herramientas para evaluar su efectividad, ya que según la respuesta dada puede indicar una falta de enfoque en mejora continua en los procesos de la comunicación interna.

## Encuesta de diagnóstico comunicación externa

Nombre de la encuestada: Licenciada Linda Rodas

Cargo: Coordinadora de proyectos

Lugar: Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR

Fecha: 7 de marzo de 2024

Modalidad: presencial

Pregunta 1: ¿Se implementan estrategias de comunicación externa para promover la imagen y los valores de la institución?

- a) Sí
- b) No

Implementar estrategias de comunicación externa permiten que el público externo pueda sentirse más cercano a la institución a su vez fomenta la transparencia, la confianza y el sentido de pertenencia por medio de su imagen y los valores que los rigen. Al obtener una respuesta negativa se podría indicar varios factores por los cuales no se llevan a cabo acciones de comunicación dirigida a este público objetivo, sin embargo, es una oportunidad de comenzar a implementar planes de comunicación externa, debido al nuevo *rebranding* y línea gráfica establecida que tiene el hospital.

Pregunta 2: ¿Se utiliza activamente la página web y las redes sociales para comunicar eventos, logros y noticias relevantes sobre la institución?

- a) Sí
- b) No

Para estar en contacto con la comunidad externa, la página web y las redes sociales son los principales aliados con los cuales cuenta una institución para que pueda informar sobre las actividades, logros y noticias relevantes que acontecen en el mismo. Sin embargo, no se está

aprovechando plenamente el potencial que pueden tener, esto puede ser por falta de una estrategia de comunicación externa o de recursos tanto humanos como financieros que imposibilitan sacar el máximo potencial.

Por lo tanto, se podría indicar que se está perdiendo la oportunidad de fortalecer la reputación del hospital por medio de la presencial digital activa y comunicar acerca de los avances y las últimas novedades en la atención cardiovascular.

Pregunta 3: ¿Se realizan actividades de relaciones públicas, como conferencias de prensa para fortalecer la presencia y reputación de la institución?

- a) Sí
- b) No

Las actividades de relaciones públicas son considerados una parte importante en una institución, ayudan a mantener una reputación sólida con la comunidad en general, en el caso de particular de UNICAR puede mostrar los avances médicos, las nuevas innovaciones de la cirugía cardiovascular, tanto en los medios de comunicación como el público en general.

Al no contar con este tipo de actividades en UNICAR puede interpretarse de varias maneras, la primera como hemos mencionado con anterioridad es que lo primordial es la atención de los pacientes y los recursos financieros van destinados en primer lugar, a los procedimiento médicos y la recuperación de los pacientes. Por lo tanto, no es prioritario contratar una agencia de relaciones públicas, quienes se encargan principalmente de estas actividades.

Pregunta 4: ¿Se cuenta con un plan de crisis y comunicación para abordar situaciones negativas o emergencias que puedan afectar la imagen y reputación de la institución?

- a) Sí
- b) No

La pregunta busca determinar si UNICAR cuenta con un plan establecido en situaciones donde se vea afectada su imagen y reputación, un plan en cuestión tiene como función principal manejar y resolver situaciones adversas por medio de estrategias y procedimientos para coordinar acciones de respuesta y minimizar el daño en la menor medida.

El hospital en cuestión no cuenta con un plan o manual de crisis, tampoco se encontraron antecedentes sobre algún acontecimiento que pudiera perjudicar su imagen o reputación, lo anterior quiere decir entonces que en cuanto a procedimientos médicos quirúrgicos cuentan con excelencia y profesionalidad para atender a la población que lo necesita.

Pregunta 5: ¿Existen materiales impresos (folletos, catálogos, revistas) que representan a UNICAR?

- a) Sí
- b) No

Contar con materiales físicos o digitales que puedan informar a la audiencia exterior sobre la historia, misión, visión, valores, representa una oportunidad para que medios de comunicación, periodistas y público en general pueda conocer la labor que realice UNICAR y pueda ser mencionada y reconocida con mayor amplitud.

Al no existir este tipo de materiales, puede disminuir de forma significativa por parte de los *stakeholders* ya que no se contiene en un solo formato toda la información de UNICAR que puede ser de importancia o relevancia para el público exterior.

Pregunta 6: ¿UNICAR tiene canales de comunicación externos para recibir y responder a comentarios, preguntas y preocupaciones del público?

La pregunta en cuestión busca abordar si existen canales de comunicación externos, para recibir responder comentarios y preocupaciones que pueda tener el público, al obtener una respuesta

positiva indica que UNICAR si cumple con este propósito de tener los medios para comunicarse con la comunidad externa, esto es importante ya que mantiene la confianza y gestiona de manera efectiva las relaciones con la comunidad.

Pregunta 7: ¿Se fomenta la participación del público en actividades institucionales y eventos?

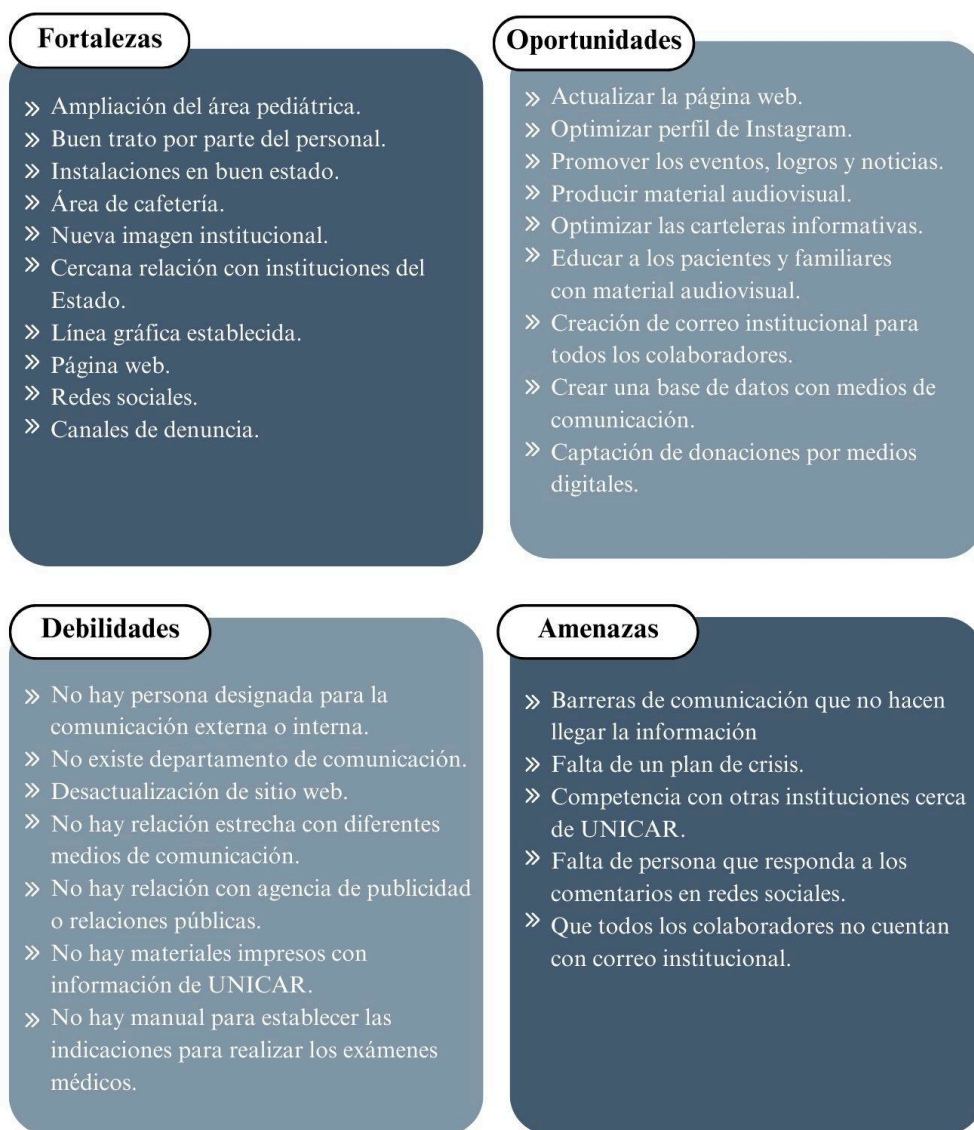
- a) Sí
- b) No

Fomentar la participación del público externo en actividades institucionales y eventos de UNICAR, fortalece los lazos entre el hospital y la comunidad, dichas campañas pueden ser de concientización, sobre la salud cardiovascular entre otros. En la respuesta obtenida se evidencia entonces que UNICAR si realiza diferentes actividades con el público externo, esto es un indicativo positivo entre la relación con el hospital y la comunidad externa.

## 1.14 FODA comunicacional

Figura 3

### FODA Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR



Fuente: elaboración propia

## 1.15 Problemas detectados

Tras la evaluación diagnóstica y la utilización de herramientas de recolección de datos, se logró detectar que la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR es una institución completa que se ha dedicado a brindar apoyo de manera integral a todo aquel que requiera atención en esa área, dando el seguimiento pertinente a todos los pacientes y sus familiares. Sin embargo, se detectaron ciertos aspectos que pueden mejorar tanto en la comunicación interna como externa que a continuación se exponen.

### 1.15.1 Comunicación interna

- a) No se comparte suficiente información interna sobre eventos, logros, reconocimientos y noticias importantes. Además, no se cuenta con carteleras informativas funcionales, y tampoco se tiene establecida una línea gráfica o plantillas para colocar información ni instrucciones para la colocación de las mismas.
- b) La información que se comparte dentro del hospital entre el área médica, paramédica y administrativa no llega a todos los colaboradores, ya que solo el área administrativa y otras jefaturas cuentan con correo institucional. Por ende, hay documentos que se siguen entregando de forma impresa.
- c) No hay un canal de comunicación que permita a los colaboradores establecer sus dudas, opiniones o sugerencias.
- d) No se cuenta con algún servidor externo para difundir la información interna de manera digital.
- e) En las instalaciones, en los uniformes y en algunos documentos del hospital, aún no se actualiza el nuevo logo de UNICAR.

### 1.15.2 Comunicación externa

- a) No existe un manual que indique instrucciones por medio de WhatsApp para realizar un examen médico en el área de laboratorio.

- b) No se cuenta con una base de datos para medios de comunicación, por consiguiente los acontecimientos importantes del hospital no logran difundirse a un público más amplio.
- c) No existe una revista con información acerca de UNICAR.
- d) No hay un *Community Manager* lo cual hace ver poca importancia hacia la audiencia externa en UNICAR, ya que no hay respuesta a sus interrogantes o incluso a las felicitaciones al hospital.
- e) En la pantalla de la sala de espera, no se comparte material informativo o educativo para los pacientes y sus familiares.
- f) La página web no se encuentra actualizada, hay botones que no funcionan de forma correcta, tampoco se tiene un botón de llamado a la acción para realizar donaciones, punto el cual es importante para lograr las metas y objetivos del hospital.
- g) No se cuenta con un manual de crisis para responder ante eventos que puedan desprestigiar la imagen de UNICAR.

### 1.16 Planteamiento del problema comunicacional

UNICAR no cuenta con un departamento de comunicación interno y externo, por consiguiente, no hay un plan estratégico de comunicación, el departamento de Coordinación de Proyectos se encarga de cubrir distintas actividades que competen al área de comunicación.

Los aspectos de comunicación tanto internos como externos, son necesarios para impactar de manera positiva en una institución, para fines de este proyecto, se pretende apoyar en el área de comunicación interna, para optimizar procesos que sean de beneficio para los colaboradores de UNICAR.

### 1.17 Indicadores de éxito

Los indicadores de éxito para realizar el proyecto son los siguientes:

- a) La Dirección General y Coordinación de Proyectos posee una buena intención a realizar cambios que beneficien la comunicación interna de UNICAR.

- b) Existe una relación de cooperación con la licenciada Linda Rodas encargada del área de Coordinación de Proyectos.
- c) Posee un nuevo *rebranding* con una línea gráfica establecida la cual permite la elaboración de material digital y físico.
- d) Existe una buena apertura con otras áreas para trabajar en conjunto y realizar acciones de mejora.
- e) UNICAR tiene la intención de realizar un convenio con la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para recibir a más practicantes del área de comunicación.

### 1.18 Límites y alcances de la investigación

El diagnóstico de comunicación se realizó en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, con el objetivo de mejorar las debilidades detectadas en la comunicación interna, por medio de la información obtenida a través de las guías de observación y la encuesta realizada a la licenciada Linda Rodas encargada del departamento de Coordinación de Proyectos. Lo realizado permitió recabar información importante, para determinar cuales aspectos son los más necesarios en los cuales se necesita actuar de manera urgente.

Algunas limitaciones encontradas es la falta de información sobre la institución, esto debido a que UNICAR es principalmente una institución que acepta a practicantes en el área médica y a nivel diversificado, es la primera vez que se acepta a una practicante de comunicación.

## 1.19 Cronograma del diagnóstico

Figura 4



Fuente: elaboración propia

## 1.20 Proyecto a desarrollar

Fortalecer la comunicación interna a través de desarrollar una línea gráfica para boletines informativos y colocarlos en carteleras informativas, además de establecer una guía para que los colaboradores de UNICAR puedan aportar información y establecer un formato para llevar un control de las actualizaciones.

También es importante que todo el personal cuente con un canal de comunicación directo para optimizar los procesos de comunicación, además de la implementación de un buzón de sugerencias que permite una retroalimentación de doble vía.

## Capítulo 2

### Plan estratégico de comunicación

#### 2.1 Plan de comunicación

El plan de comunicación es una herramienta que permite establecer la manera en la cual se llevarán a cabo las acciones propuestas, es decir, permite detallar minuciosamente lo que se va a realizar por medio de estrategias y tácticas para alcanzar los objetivos indicados. El documento permite definir como se van a transmitir los mensajes al público objetivo, ya sea de manera interna o externa.

La redacción de un plan de comunicación es la preparación de un documento que recoge la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos. El plan de comunicación puede realizarse de forma general, atendiendo a todos los públicos de la organización, o para una meta concreta. (Estanyol, García & Lalueza, 2016, p.86)

Para establecer el plan de comunicación, el diagnóstico es indispensable ya que permite identificar por medio de una investigación previa, las debilidades que necesitan ser mejoradas para una optimización mejor de información y de procesos dentro de la empresa, en este caso, de UNICAR.

Para elaborar el plan de comunicación desde el punto de vista hospitalario, Menéndez (2010) refiere que este se compone en tres partes: el estudio de la situación a través de las auditorías, por los objetivos planteados y por las acciones comunicacionales. Por consiguiente, el documento, además de ser operativo, permite ser un punto de partida para las acciones a realizar.

#### 2.2 Elementos comunicacionales

Desde los griegos, Aristóteles señala tres componentes que en lenguaje moderno son: el emisor, el mensaje y el receptor el cual ha sido desarrollado por teóricos de la comunicación que han elaborado modelos más complejos, los cuales tienen los siguientes elementos: fuente, emisor, mensaje, código, medio, ruido, receptor, destinatario (López, 1992).

Por otra parte, es importante desglosar cada elemento, por consiguiente, se hará una definición de cada uno de ellos desde el punto de vista de Carlos Interiano:

**Emisor:** es quien está encargado de transmitir o emitir el mensaje, dicho mensaje tiene que ir de la forma más clara y concisa posible para que pueda ser descifrado.

**Receptor:** es quien recibe el mensaje del emisor, éste puede ser individual o grupal, el receptor trata de decodificar o entender el mensaje que le fue enviado

**Mensaje:** es la información que se desea transmitir, puede incluir ideas, pensamientos o sentimientos por parte de un emisor, que tiene la intención que sea entregado por el receptor.

**Medio:** a través del medio se transmiten los mensajes que se quieren enviar a uno o varios sujetos, al final los medios sirven como instrumentos para transmitir los mensajes a los sujetos o a alguna audiencia.

**Código:** conjunto estructurado de signos utilizado para la elaboración de mensajes, el idioma en general es un código que conforman, signos, letras, palabras y sonidos, como lo es el mensaje.

**Contexto:** De acuerdo con Interiano (2013) “El contexto es el marco socio-económico y cultural, donde se difunden los mensajes en un determinado período histórico... debe ser elaborado especialmente para ser transmitido a perceptores que pertenezcan a un contexto determinado” (p.19).

**Retroalimentación:** son las respuestas obtenidas a los mensajes que fueron enviados, puede ser a través del mismo código y canal o diferentes.

### 2.2.1 Comunicación organizacional

Antes de hablar de comunicación organizacional es importante partir desde el concepto de organización, citando a Aljure (2015) lo define como “...un ente social creado intencionalmente para lograr objetivos a través del uso del talento humano y de recursos tangibles e intangibles como información, equipos, materiales y dinero” (p.41).

Una organización puede ser de índole pública, privada, mixta o de tipo ONG, para su gestión requiere de la interacción de públicos tanto internos como externos, lo anterior requiere entonces del proceso de comunicación, y para gestionarla de forma profesional requiere de aplicar la comunicación organizacional.

Se considera entonces involucrar a los miembros de una colectividad social, en donde realizan una actividad constante y dinámica de flujos de información para alcanzar los objetivos planteados. Fernández (2012) sigue expresando “...se considera como un proceso que se lleva a cabo dentro de un sistema determinado de actividades interrelacionadas. Finalmente la comunicación entre los miembros de una organización implica la creación, intercambio (recepción y envío), proceso y almacenamiento de mensajes” (p.30).

### 2.2.2 Comunicación interna

La comunicación interna se refiere a todos aquellos procesos en los cuales están involucrados los colaboradores que conforman la organización, dichos procesos buscan circular en todos los niveles, garantizando la participación y la retroalimentación a los mensajes que se desean transmitir. Los canales de comunicación pueden variar para hacer llegar a todos los públicos la información pertinente, algunos pueden ser: correo electrónico, reuniones presenciales, reuniones virtuales, tableros de anuncios, boletines informativos, etc.

Cada colaborador de una organización debe tener las herramientas necesarias para participar y tener la oportunidad de opinar e informarse de todo lo que acontece en su entorno laboral, desde el punto de vista de Arizcuren et al. (2008) “...la comunicación interna es una tarea de todos. Todos escuchamos, todos somos emisores y receptores. Quien no entra en este proceso se aísla y pierde la oportunidad de mejorar y de formar parte de un proyecto común” (p.20).

#### 2.2.2.1 Tipos de comunicación interna

Existen diferentes tipos de comunicación que van acompañados por distintos canales de comunicación que se mencionaron anteriormente, los cuales serán explicados por medio de la guía de buenas prácticas de comunicación interna de Arizcuren et al. (2008) a continuación:

- a) Comunicación descendente: este tipo de comunicación se caracteriza porque proviene desde la dirección de la organización al resto de los miembros de la misma. Resulta eficaz si la manera en la que se comunica genera respeto y confianza, para que los destinatarios puedan comprenderla como cercana y verdadera.
- b) Comunicación ascendente: se trata de la comunicación que proviene de los miembros de la organización a la dirección de la misma, todos los colaboradores pueden participar de manera activa, aportando ideas, opiniones que puedan mejorar procesos, gestiones, la calidad, etc., la característica principal de esta comunicación es la retroalimentación.
- c) Comunicación horizontal: fluye entre los miembros de la organización que están al mismo nivel, por lo regular, los mensajes enviados crean cohesión y coordinación, pueden aumentar la unión del equipo, creando un ambiente positivo de trabajo.
- d) Comunicación transversal: es aquella comunicación que se da entre miembros de una organización que no tienen el mismo puesto de trabajo o no están en el mismo departamento, es decir, se encuentran en diferentes niveles y áreas, por lo tanto, se manejan diferentes puntos de vista e información, lo positivo de esta comunicación es el enriquecimiento de conocimientos que se comparten los distintos grupos de trabajo.

### 2.2.3 Comunicación externa

La comunicación externa es aquella que se caracteriza por dialogar con públicos externos, es decir, con todas aquellas personas, instituciones, organizaciones y medios de comunicación que no pertenecen a la institución como tal. La característica principal de este tipo de comunicación es proyectar la imagen corporativa de tal manera que refleje honestidad, confianza, transparencia y calidad.

Este tipo de comunicación como lo indica Ocampo (2011) “...surge de la misma necesidad de interrelacionarse con otros públicos externos a la organización, sin la cual su función productiva no se podría desarrollar” (p.54). Por lo tanto, cualquier tipo de institución u organización no puede crecer y sostenerse sin los públicos externos, ya que estos permiten expandir y dar a conocer lo que realizan.

### 2.2.3.1 Tipos de comunicación externa

La comunicación externa abarca un público amplio, sin embargo, también se divide principalmente en dos categorías que a continuación se explican:

- a) Comunicación comercial: comprende las interacciones y el diálogo principalmente con los clientes, los proveedores, los competidores y los medios de comunicación. Este tipo de comunicación es de índole más publicitario la cual tiene como finalidad mostrar un producto o servicio de una organización para alcanzar a públicos objetivos específicos, a través de la televisión, la radio, las vallas publicitarias, comerciales, etc.
- b) Comunicación pública: la comunicación pública se establece con diferentes actores sociales, primero con las organizaciones no gubernamentales, las cuales puede servir como aliados en procesos de avances investigativos, con la comunidad, quienes pueden ser los beneficiarios principales de una organización, con las relaciones empresariales, para buscar asociaciones y llevar a cabo proyectos, alianzas, etc.

Establecer relaciones con los *stakeholders* también es parte de la comunicación pública, son aquellos públicos que tienen un interés particular con las actividades que realiza la organización, tanto internos y externos, incluyen a los mismos colaboradores, junta directiva, clientes, proveedores, medios de comunicación, etc. (Ocampo, 2011)

### 2.2.4 Comunicación hospitalaria

La comunicación es una aliada estratégica imprescindible en el sector sanitario, no solo es el medio para transmitir información, sino que contribuye a dar visibilidad a la imagen y notoriedad ante cualquier entidad del sector. Al hablar de comunicación desde el punto de vista hospitalario, la información y la transparencia se convierten en pilares fundamentales para difundir información a los públicos internos y externos.

El sector sanitario también tiene un espacio destacado antes los medios de comunicación, con los avances médicos que contribuyen al bienestar y mejorar la calidad de vida de las personas, cada vez más, la sociedad les otorga espacios para difundir dicha información (Menéndez, 2010)

## 2.3 Objetivos del plan de comunicación

### 2.3.1 Objetivo general

- a) Fortalecer la comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR.

### 2.3.2 Objetivos específicos

- a) Optimizar el flujo de comunicación interna.
- b) Establecer nuevos canales de comunicación.
- c) Promover la participación y la retroalimentación de los colaboradores.

## 2.4 Estrategia

En la fase de la planeación estratégica de comunicación, se establecen los objetivos, los canales, las tácticas, las acciones, los recursos humanos y financieros que permiten realizar la mejora en una organización. Empleando las palabras de Aljure (2015) “El plan estratégico de comunicación es un documento que se genera como resultado del proceso de planeación estratégica de comunicación...” (p.78). Por lo tanto, se describen los detalles de lo que se realizará partiendo del análisis del diagnóstico realizado.

Con base a los resultados obtenidos en el diagnóstico de comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, fue posible detectar ciertas debilidades en los procesos de comunicación interna que pueden ser mejorados a través de acciones específicas, así como establecer nuevos canales de comunicación que permitan una comunicación más efectiva en el hospital.

Dichas debilidades fueron detectadas por medio de la guía de observación, la documentación, la encuesta y el foda, estos instrumentos de recolección de datos fueron claves para determinar que no todos los colaboradores están en tiempo real e inmediato recibiendo y enviando información, que no conocen las actividades, acciones y eventos que suceden, además de no contar con otro tipo de herramienta extra a los canales de denuncia, que les permita obtener una retroalimentación a sus inquietudes, opiniones y sugerencias.

Mejorar lo anterior permite fortalecer la comunicación interna en UNICAR, optimizar el flujo de información, que los colaboradores tengan nuevos canales de comunicación para estar informados, y que puedan sentir que son escuchadas sus opiniones, dudas y sugerencias. Para lograr cumplir los objetivos planteados, los canales principales serán: comunidad en WhatsApp, carteleras informativas, boletín informativo y buzón de sugerencias, tanto para uso físico como digital.

El tiempo de ejecución del plan estratégico de comunicación tiene un tiempo determinado de junio, julio y agosto, en donde se pretende integrar al área administrativa, área paramédica y área médica del hospital. Las acciones planteadas serán financiadas por UNICAR, contando con su apoyo económico se pretende hacer cambios significativos que sean de beneficio tanto para la institución como para los colaboradores y puedan tener una mejor optimización de procesos y canales de comunicación.

## 2.5 Actividades o acciones de la estrategia

Tabla 3  
Estrategía - Acción 1

Táctica o acción	Implementación de una comunidad en WhatsApp
<b>Objetivo</b>	Implementar una comunidad con todo el personal de UNICAR en la plataforma WhatsApp para optimizar el flujo de comunicación interna, asegurando inmediatez en la información que sea compartida y recibida.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	<b>Identificar y actualizar números telefónicos</b> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Recopilación de números telefónicos<ul style="list-style-type: none"><li>- Solicitar listado actual de colaboradores a Recursos Humanos</li><li>- Colocar números telefónicos del personal de UNICAR.</li><li>- Separar por departamentos al personal.</li><li>- Actualizar números telefónicos a través de los jefes de cada departamento.</li></ul></li><li>b) Consolidación de la información<ul style="list-style-type: none"><li>- Consolidar los números telefónicos de los colaboradores por cada departamento.</li><li>- Consolidar en un formato final la base de datos de los colaboradores.</li></ul></li></ul>

	<p><b>Implementación</b></p> <p>a) Creación de la comunidad en WhatsApp</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Por medio de la adquisición de un teléfono celular para la comunicación interna, una comunidad con todo el personal de UNICAR.</li> </ul> <p><b>Capacitación</b></p> <p>a) Uso y seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informar a los jefes de departamento por medio de una capacitación, el propósito de la comunidad de WhatsApp.</li> </ul>
<b>Duración</b>	7 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	<p>Lcda. Krista Ramírez Nájera</p> <p>Lcda. Linda Rodas</p> <p>Lcda. Cecilia Rivera</p> <p>Dr. Walter Mazariegos</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 4

Estrategía - Acción 2

Táctica o acción	Implementación de carteleras informativas
<b>Objetivo</b>	Establecer nuevos canales de comunicación para que los colaboradores puedan estar informados y actualizados sobre los eventos, acontecimientos, reconocimientos e información de interés, a través de carteleras informativas colocadas estratégicamente en el hospital.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Diseños para las carteleras</li> <li>b) Cotización</li> <li>c) Reunión con proveedor ganador para tomar medidas.</li> <li>d) Aprobación de diseños</li> <li>e) Instalación de carteleras</li> <li>f) Colocación de información</li> </ul>
<b>Duración</b>	13 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	Lcda. Krista Ramírez Nájera Lcda. Linda Rodas Lcda. Celia River Dr. Walter Mazariegos

Fuente: elaboración propia

Tabla 5  
Estrategía - Acción 3

Táctica o acción	boletín informativo para uso físico y digital
<b>Objetivo</b>	Establecer plantillas para colocar información en las carteleras informativas y utilizarlas en la comunidad de WhatsApp para enviar información de interés a todos los colaboradores de UNICAR.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Línea gráfica</li> <li>b) Diagramación</li> <li>c) Colocación de notas en carteleras informativas</li> <li>d) Documento para llevar control de actualizaciones</li> </ul>
<b>Duración</b>	13 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	Lcda. Krista Ramírez Nájera Lcda. Linda Rodas Lcda. Cecilia Rivera Dr. Walter Mazariegos

Fuente: elaboración propia

Tabla 6

Estrategía - Acción 4

Táctica o acción	Elaboración de guía de contenidos para carteleras informativas
<b>Objetivo</b>	Crear un proceso claro y estructurado para proporcionar información y publicar contenido en las carteleras informativas de UNICAR.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Redacción de contenido</li> <li>b) Línea gráfica</li> <li>c) Diagramación</li> <li>d) Aprobación</li> <li>e) Envío de guía</li> </ul>
<b>Duración</b>	13 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	Lcda. Krista Ramírez Nájera Lcda. Linda Rodas Lcda. Cecilia Rivera Dr. Walter Mazariegos

Fuente: elaboración propia

Tabla 7

Estrategia - Acción 5

Táctica o acción	Implementación de buzón de sugerencias físico y digital
<b>Objetivo</b>	Promover la participación y la retroalimentación de los colaboradores, tanto de manera física como digital, a través de un buzón de sugerencias ubicado en el área de marcaje y mediante un formulario accesible mediante un código QR, para que puedan emitir sus opiniones, sugerencias, dudas, etc., de una manera anónima y confidencial.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	<p><b>Buzón físico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Determinar la ubicación del buzón de sugerencias.</li> <li>b) Proporcionar instrucciones claras y concisas sobre su uso.</li> <li>c) Resaltar el anonimato y la confidencialidad.</li> <li>d) Enviar o publicar comunicados para fomentar el uso de los buzones.</li> </ul> <p><b>Buzón digital</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Realizar formulario</li> <li>b) Enviar o publicar comunicados con código QR para que puedan acceder de forma digital.</li> </ul> <p><b>Gestión</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Cronograma para la recolección regular de las sugerencias.</li> <li>b) Asignar al área encargada la sugerencia para su análisis.</li> <li>c) Consolidar todas las sugerencias y responderlas a través del</li> </ul>

	<p>área asignada o por medio de comunicados generales.</p> <p>d) Generar reportes periódicos.</p>
<b>Duración</b>	13 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	<p>Lcda. Krista Ramírez Nájera</p> <p>Lcda. Linda Rodas</p> <p>Lcda. Cecilia Rivera</p> <p>Dr. Walter Mazariegos</p>

Fuente: elaboración propia

Tabla 8

Estrategía - Acción 6

Táctica o acción	Capacitación a los jefes de departamento
<b>Objetivo</b>	Informar a todos los jefes del área médica, paramédica y administrativa de UNICAR la implementación del plan de comunicación interna y los nuevos canales de comunicación para que puedan trasladar la información a sus colaboradores.
<b>Encargado</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Fecha y lugar</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. - 9av. 8-00 zona 11 Guatemala, Guatemala. - Junio, 2024
<b>Contenido</b>	a) Realizar presentación
<b>Duración</b>	6 semanas para implementación final
<b>Supervisa</b>	Lcda. Krista Ramírez Nájera Lcda. Linda Rodas Lcda. Cecilia Rivera Dr. Walter Mazariegos

## 2.6 Público objetivo

Para llevar a cabo el plan de comunicación interna, todos los colaboradores del área médica, área paramédica y el área administrativa de UNICAR forman parte del público objetivo.

## 2.7 Mensajes clave

El plan de comunicación planteado se centra principalmente en la comunicación interna de UNICAR, como se hizo énfasis en los apartados anteriores este tipo de comunicación se caracteriza principalmente por la integración de los colaboradores en los procesos internos.

Todo el personal del hospital es un recurso humano indispensable para llevar a cabo con éxito todos los procedimientos médicos que la población requiera, por lo tanto, el mensaje que acompaña a este plan de comunicación es: “cada latido nos une”, que busca perdurar a lo largo de todas las acciones a ejecutar.

## 2.8 Indicadores de las acciones

Tabla 9  
Indicadores de las acciones

Táctica o acción	Indicador cuantitativo	Indicador Cualitativo
Implementación de comunidad en WhatsApp	<ul style="list-style-type: none"><li>- Total de colaboradores que verificaron su número de teléfono.</li><li>- Total de colaboradores que aceptaron estar en la comunidad.</li><li>- Número de colaboradores que respondan a la encuesta con respecto al flujo de información.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Encuesta de satisfacción.</li></ul>

Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Total de jefes que asistan a la capacitación.</li> <li>- Total de departamentos que asistan a la capacitación.</li> </ul>	
Cartelera informativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de carteleras informativas en el hospital.</li> <li>- Frecuencia de actualización</li> <li>- Número de notas informativas realizadas.</li> <li>- Cantidad de notas recibidas de otras áreas y departamentos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboración del diseño para las notas informativas.</li> <li>- Informe de actualización.</li> <li>- Encuesta de satisfacción.</li> </ul>
Guía informativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de guías enviadas.</li> </ul>	
Boletín informativo para uso físico y digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Frecuencia de envíos en la comunidad.</li> <li>- Número de notas colocadas en las carteleras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elección del diseño para colocar las notas informativas.</li> <li>- Informe de actualización.</li> </ul>
Buzón de sugerencias físico y digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cantidad total de sugerencias depositadas en el buzón y enviadas en el formulario.</li> <li>- Número de sugerencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuesta de satisfacción.</li> <li>- Identificación de tendencias en las sugerencias recibidas.</li> <li>- Informe de actualización.</li> </ul>

	<p>recibidas cada 15 días.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiempo de respuesta.</li> <li>- Porcentaje de sugerencias respondidas.</li> <li>- Cantidad de sugerencias que se han implementado para realizar cambios.</li> <li>- Número de colaboradores que respondan a la encuesta de satisfacción.</li> </ul>	
--	---	--

Fuente: elaboración propia

## 2.9 Recurso Humano

Tabla 10  
Recurso humano

Nombre	Puesto	Función en el proyecto
Jennifer Odilia Ramírez López	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.	Implementando estrategia de comunicación interna en UNICAR.
Lcda. Krista Ramírez	Supervisora EPS	Encargada de supervisar, orientar y brindar retroalimentación en todo el proceso de EPS.
Ma. Luis Pedroza	Coordinador EPS	Encargado de la coordinación del EPS de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Lcda. Linda Rodas	Coordinadora de Proyectos	Encargada de supervisar a la estudiante, brindar las observaciones necesarias y dar

		seguimiento con las otras áreas involucradas para la aprobación del plan de comunicación.
Lcda. Celia Rivera	Jefa de Recursos Humanos	Dar las observaciones necesarias para que pueda ser aprobado el plan de comunicación.
Dr. Walter Mazariegos	Director General	Encargado de realizar observaciones pertinentes, obtener el visto bueno y aprobar el plan de comunicación para ejecutarlo.
Ideas y soluciones creativas S.A.	Proveedores externos	Encargados de realizar las carteleras informativas y el buzón de sugerencias.

Fuente: elaboración propia

## 2.10 Financiamiento y presupuesto

Tabla 11

### Financiamiento y presupuesto

Cantidad	Financiamiento	Descripción	Precio unitario	Costo Total
1	Estudiante EPS	Servicio mensual de Internet claro durante todo el proceso de EPS.	Q260.00	Q2.080.00
1	UNICAR	Creación de la comunidad de WhatsApp	Q0.00	Q0.00
1	UNICAR	Adquisición de teléfono celular.	Q149.00	Q149.00
1	Estudiante EPS	Capacitación a jefes de departamento	Q300.00	Q300.00
10	UNICAR	Suministro de carteras informativas	Q2,517.50	Q25,175.00
1	Estudiante EPS	Elaboración de guía digital para comunicación interna	Q500.00	Q500.00
1	UNICAR	Buzón de sugerencias para colaboradores.	Q235.00	Q235.00
1	Estudiante EPS	Asesoría comunicacional	Q30,000.00	Q30,000.00
44	Estudiante EPS	Elaboración de plantillas para boletín informativo	Q800.00	Q800.00
<b>Total de la inversión</b>				<b>Q59.239.00</b>

Fuente: elaboración propia

## 2.11 Beneficiarios

Para la implementación del plan de comunicación, los beneficiarios se dividen principalmente en dos los cuales a continuación se describen:

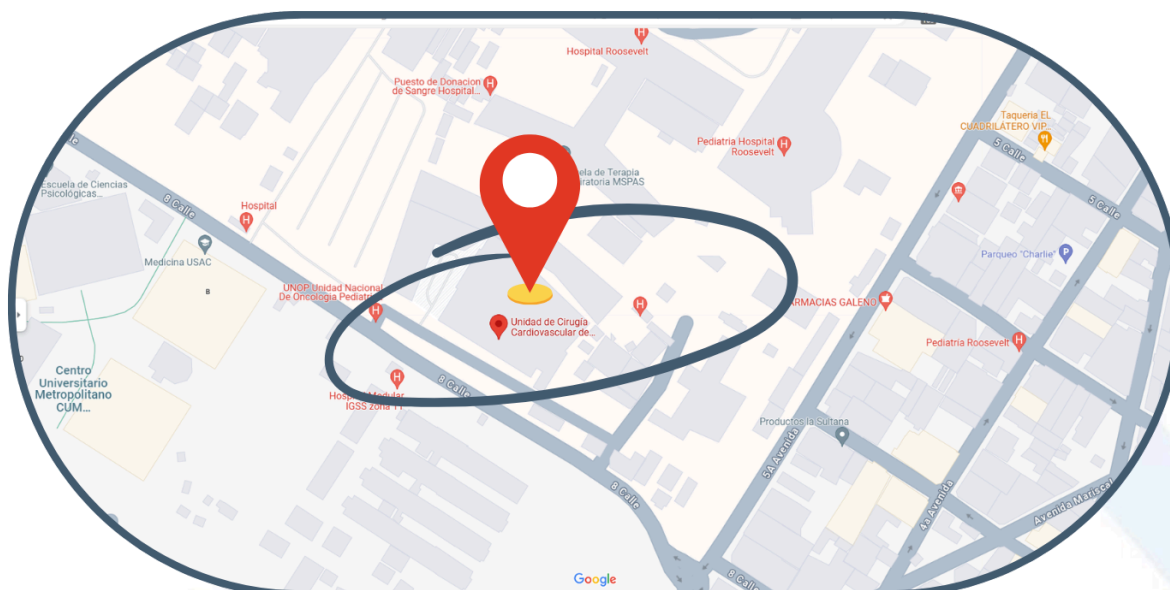
- a) beneficiarios directos: personal del área médica, paramédica y administrativa de UNICAR para la comunidad de WhatsApp, cartelera informativa, buzón de sugerencias y boletín informativo tanto de manera física como digital.
- b) beneficiarios indirectos: estudiantes que lleguen a realizar sus prácticas de nivel medio y universitario, pacientes, familiares, proveedores y colaboradores externos.

## 2.12 Áreas Geográficas de Acción

El área geográfica donde se llevará a cabo el plan de comunicación interna es en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR en zona 11, ciudad de Guatemala, Guatemala

Figura 5

Área geográfica de implementación del plan de comunicación



Fuente: Google Maps y elaboración propia

## 2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 12

Cuadro operativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivos específicos	Presupuesto	Recurso Humano	Beneficiario	Fecha de ejecución
Creación de la comunidad en WhatsApp	-Optimizar el flujo de información.	Q0.00 Usar la aplicación es gratis.	-Jefa de Coordinación de Proyectos -Estudiante EPS -Recursos Humanos	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR.	15/08/2024
Adquisición de teléfono celular	- Optimizar el flujo de información	Q149.00 mensuales con plan corporativo.	-Jefa de Coordinación de Proyectos -Estudiante EPS -Recursos Humanos	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR.	8/08/2024
Instalación de carteleras informativas	- Establecer nuevos canales de comunicación	Q25,175.00	-Jefa de Coordinación de Proyectos -Estudiante EPS -Recursos Humanos - Ideas y Soluciones Creativas	-Colaboradores de UNICAR -Pacientes -Familiares -Proveedores -Público externo	16/08/2024

			S.A.		
Instalación de buzón de sugerencias	Promover la participación y el feedback de los colaboradores	Q235.00	-Jefa de Coordinación de Proyectos -Estudiante EPS -Recursos Humanos - Ideas y Soluciones Creativas S.A.	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR	16/08/2024
Entrega de guía a Recursos Humanos para su distribución	Asegurar la continuidad y consistencia de las notas en cartelera y comunidad.	Q500.00	- Estudiante EPS	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR	29/08/2024
Capacitación a jefes de departamento	Capacitar a los jefes para trasladar la información a sus subalternos.	Q300.00	- Estudiante EPS	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR	5/08/2024
Elaboración plantillas	Mantener una armonía visual	Q800.00	- Estudiante EPS	Personal médico, paramédico y administrativo de UNICAR	1/07/2024

Fuente: elaboración propia

## 2.14 Cronograma del Plan de Comunicación

Figura 6

Cronograma del Plan de Comunicación

Descripción de la actividad	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
Propedéutico plan de comunicación	■					
Presentación del plan estratégico de comunicación	■	■				
Reunión virtual con Leda Krista		■				
Plan de estratégico de comunicación a UNICAR		■				
Adaptación del plan a formato ECC		■				
Entrega de segunda fase		■				
Presentación del plan a UNICAR		■				
Búsqueda de proveedores		■				
Toma de medidas por el proveedor			■			
Elaboración de plantillas para boletín informativo			■	■		
Elaboración guía de comunicación interna				■	■	
Capacitación plan de comunicación interna					■	
Formulario para buzón y comunidad WhatsApp					■	
Instalación de carteleras y buzón de sugerencias					■	
Entrega de guía de comunicación interna					■	
Entrega informe de ejecución						■
Primera entrega de informe final						■
Instalación del resto de carteleras informativas						■

Fuente: elaboración propia

## **Capítulo 3:**

### **Ejecución del plan de Comunicación**

#### **3. Informe de ejecución**

En la fase del plan de comunicación se describieron todas las estrategias y tácticas para alcanzar el objetivo principal de fortalecer la comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, en este apartado se dan detalles de como fue posible lograr los objetivos planteados y deseados.

Para la ejecución del plan de comunicación fue indispensable contar con la participación de todo el personal de UNICAR, en primera línea con el seguimiento de Coordinación de Proyectos, con la aprobación de Dirección General, el apoyo de Recursos Humanos, de los Jefes de Departamento, de la Dirección Administrativa, del Departamento de Compras y Contabilidad para que todas las acciones fueran llevadas a cabo.

Al no contar con un departamento de comunicación interna y con canales de comunicación, el personal médico, paramédico y administrativo no tenían mayor información acerca de los acontecimientos que surgen en el hospital, así como de avisos importantes que necesitan inmediatez, además de no contar con otro medio en el cual pudieran expresar sus sugerencias, opiniones o propuestas.

Los productos finales fueron realizados en dos fases, la primera con un proveedor externo, el cual fue el encargado de realizar las carteleras informativas para ubicar de manera estratégica en los tres primeros niveles del hospital, y de la elaboración del buzón de sugerencias, además de la adquisición de un teléfono celular para administrar la comunidad de WhatsApp, la segunda fase fue la realización de los artes para su uso físico en las carteleras informativas y digital en la comunidad de WhatsApp, además de la elaboración de una guía informativa para la contribución de información en las carteleras informativas.

### 3.1 Acción No. 1 Implementación de una comunidad en WhatsApp

Tabla 13

<b>Actividad No. 1</b>	<b>Implementación de una comunidad en WhatsApp</b>
<b>Objetivo de la actividad</b>	Implementar una comunidad en la plataforma WhatsApp con todos los colaboradores de UNICAR para optimizar el flujo de comunicación interna, asegurando inmediatez en la información que sea compartida y recibida.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q.149.00 plan corporativo mensual de línea telefónica
<b>Resultado obtenido</b>	<p>De 447 colaboradores que tienen UNICAR, se lograron agregar a la comunidad un total de 415 personas, se hizo el envío del arte de bienvenida a la comunidad de WhatsApp, la invitación para la inauguración de los nuevos canales de comunicación interna, un arte indicando que solo números verificados estarán en la comunidad y un memo indicado que los asuetos fueron corridos, asegurando inmediatez, y evitando retrasos en la información o que la información fuera recibida por terceras personas.</p> <p>Las personas faltantes no verificaron de manera correcta su número telefónico, por lo tanto fueron dados de baja en la comunidad, Recursos Humanos es el encargado de actualizar y agregarlos nuevamente y otros colaboradores no quisieron formar parte de la comunidad.</p>

## Evidencia de la Ejecución

### a) Envío de listado actual del personal de UNICAR.

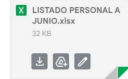
Enviado el: jueves, 27 de junio de 2024 12:31  
 Para: [coordinaciondeproyectos@unicar.org](mailto:coordinaciondeproyectos@unicar.org)  
 Asunto: LISTADO

Buen día, adjunto lo solicitado.



[Mensaje recortado] [Ver todo el mensaje](#)

1 archivo adjunto • Analizado por Gmail



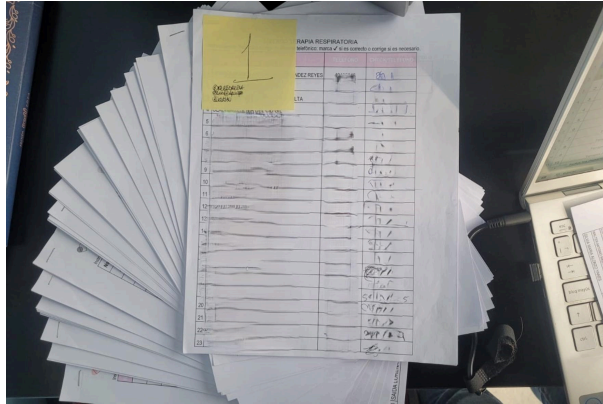
### b) Documento con los números telefónicos proporcionados por el área de planta telefónica de UNICAR (datos ocultos por seguridad)

PUESTO	DEPARTAMENTO	NOMBRE	NUMERO
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Jefe de Servicio	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
Íchico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		

### c) Separar y elaborar listado por cada departamento para actualizar números telefónicos.

No.	NOMBRE	TELEFONO	CHECK/TELEFONO
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
...			

- d) Impresión de los listados y verificación de números telefónicos a través de los jefes de cada departamento. (datos ocultos por seguridad)



- e) Consolidar la base de datos en un solo archivo con los números actualizados y verificados por el personal de UNICAR. (datos ocultos por seguridad)

A	B	C	D	E
No.	PUESTO	DEPARTAMENTO	NOMBRE	TELEFONO
1	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
2	Jefe de Servicio	Terapia Respiratoria		
3	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
4	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
5	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
6	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
7	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
8	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
9	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
10	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
11	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
12	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
13	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
14	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
15	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		
16	Técnico en Terapia Respiratoria	Terapia Respiratoria		

Datos verificados Observaciones

f) Convertir archivo a CSV para guardar todos los contactos en el teléfono adquirido.



Base de datos  
UNICAR AGOSTO  
2024 - Sheet1

g) Adquisición de teléfono celular.



h) Creación de la comunidad en el teléfono celular



- i) Envío de arte para dar la bienvenida a la comunidad de WhatsApp.



- j) Envío de invitación para inaugurar los canales de comunicación interna.



- k) Envío de comunicado para informar sobre la efectividad y seguridad de la comunidad en WhatsApp.



### 3.2 Acción No. 2 Implementación de carteleras informativas

Tabla 14

<b>Actividad No. 2</b>	<b>Implementación de carteleras informativas</b>
<b>Objetivo de la actividad</b>	Establecer nuevos canales de comunicación para que los colaboradores puedan estar informados y actualizados sobre los eventos, acontecimientos, reconocimientos e información de interés, a través de carteleras informativas colocadas estratégicamente en diferentes áreas del hospital.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q25,175.00
<b>Resultado obtenido o esperado</b>	<p>Se aprobaron 10 carteleras informativas, distribuidas estratégicamente en los tres primeros niveles del hospital. Como parte de la ejecución del proyecto, se han instalado un total de 8 carteleras, que cumplen con el propósito de informar a los colaboradores sobre las novedades del hospital y para informar a los pacientes sobre los requerimientos médicos necesarios.</p> <p>Las carteleras fueron distribuidos de la siguiente manera: cuatro carteleras informativas para el personal de UNICAR, seis carteleras para los pacientes para tener una mejor distribución de la información y visualmente más despejada ciertas paredes del hospital, además de consolidar toda la información en las carteleras.</p> <p>Queda pendiente la instalación de dos carteleras las cuales se les dará el seguimiento correspondiente para instalación y colocación de la información.</p>

**Evidencia de la Ejecución**

a) Montaje de carteleras para personal de UNICAR



b) Montaje de carteleras para pacientes





c) Instalación de cartelera



d) Colocación de información a la cartelera

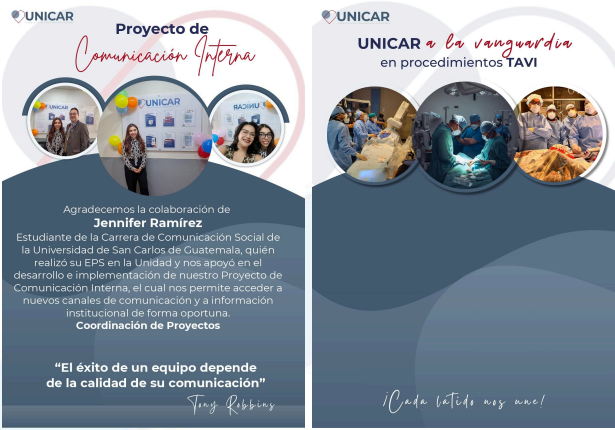


e) Formato para control de carteleras informativas

Link: [Formato para control de carteleras](#)


### 3.3 Acción No. 3 Implementación de boletín informativo

Tabla 15


Actividad No. 3	Boletín informativo para uso físico y digital
<b>Objetivo de la actividad</b>	Establecer plantillas para colocar información en las carteleras informativas de colaboradores, pacientes y en la comunidad de WhatsApp , para colocar y enviar información de interés.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q800.00
<b>Resultado obtenido</b>	Las plantillas permiten compartir información relevante e interesante para los colaboradores de UNICAR, la cual fue utilizada en las carteleras informativas y en la comunidad de WhatsApp. Se incluyó información sobre los cumpleaños, nota informativa sobre los nuevos canales de comunicación, las altas y bajas del personal y requerimientos médicos.
<b>Evidencia de la Ejecución</b>	<p>a) Plantillas para notas informativas</p> 

**UNICAR**


**UNICAR a la vanguardia en procedimientos TAVI**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In neque nunc, molestie eu semper id, auctor quis metus. Maecenas mattis metus sapien, vitae ultricies nunc ornare vitae. Praesent mollis nisl magna, ac dictum massa scelerisque ac. Sed lacrimet ligula vitae justo luctus, vel laculis leo scelerisque.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In neque nunc, molestie eu semper id, auctor quis metus. Maecenas mattis metus sapien, vitae ultricies nunc ornare vitae. Praesent mollis nisl magna, ac dictum massa scelerisque ac. Sed lacrimet ligula vitae justo luctus, vel laculis leo scelerisque.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In neque nunc, molestie eu semper id, auctor quis metus. Maecenas mattis metus sapien, vitae ultricies nunc ornare vitae. Praesent mollis nisl magna, ac dictum massa scelerisque ac. Sed lacrimet ligula vitae justo luctus, vel laculis leo scelerisque.

*¡Cada latido nos une!*

**UNICAR**

**UNICAR a la vanguardia en procedimientos TAVI**



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In neque nunc, molestie eu semper id, auctor quis metus. Maecenas mattis metus sapien, vitae ultricies nunc ornare vitae. Praesent mollis nisl magna, ac dictum massa scelerisque ac. Sed lacrimet ligula vitae justo luctus, vel laculis leo scelerisque.




Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In neque nunc, molestie eu semper id, auctor quis metus. Maecenas mattis metus sapien, vitae ultricies nunc ornare vitae. Praesent mollis nisl magna, ac dictum massa scelerisque ac. Sed lacrimet ligula vitae justo luctus, vel laculis leo scelerisque.




*¡Cada latido nos une!*

**UNICAR**


**UNICAR a la vanguardia en procedimientos TAVI**



*¡Cada latido nos une!*

**UNICAR**


**UNICAR a la vanguardia en procedimientos TAVI**



*¡Cada latido nos une!*

**UNICAR**

**UNICAR a la vanguardia en procedimientos TAVI**



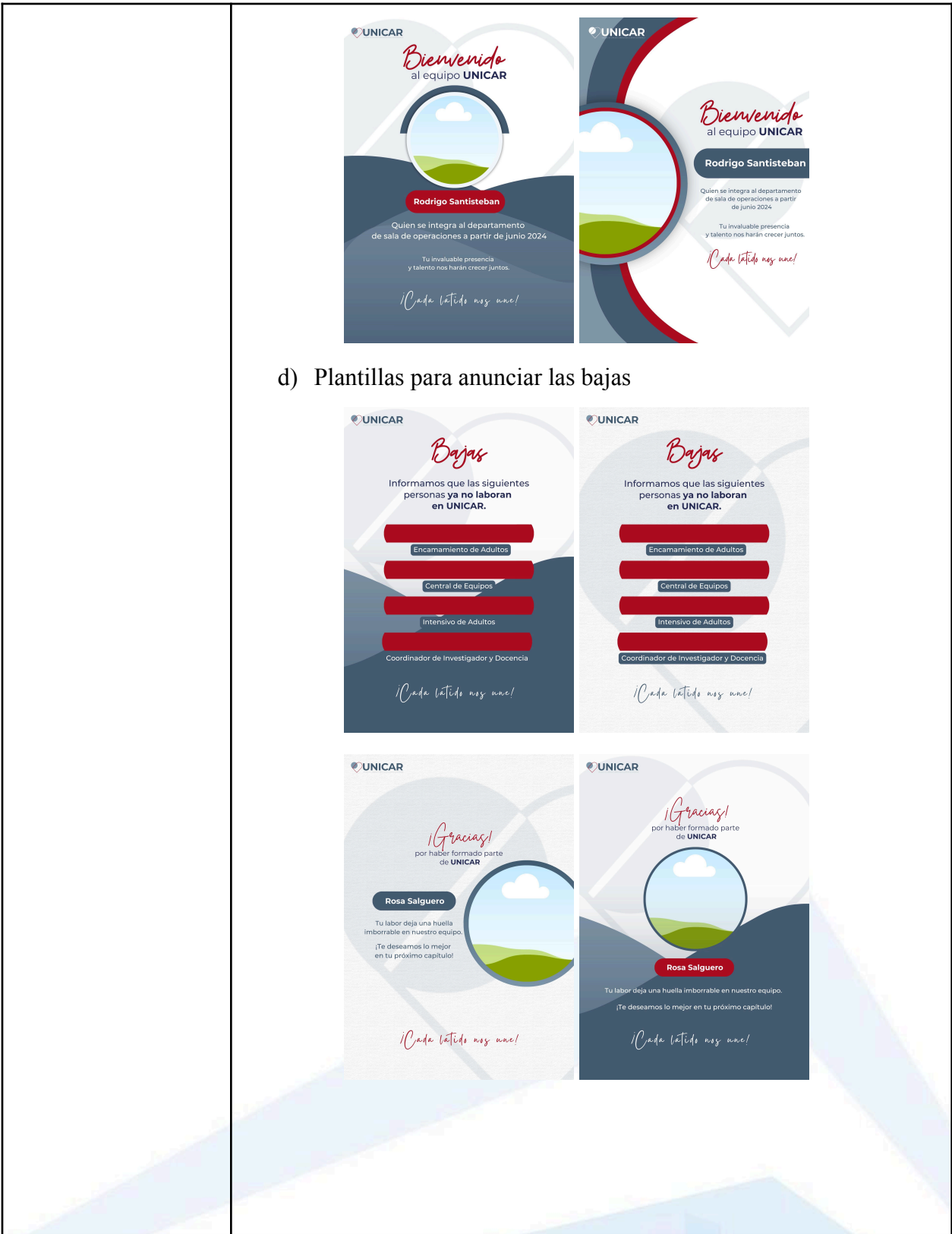
*¡Cada latido nos une!*

## b) Plantillas para notas informativas área pediátrica



## c) Plantillas para anunciar las altas





d) Plantillas para anunciar las bajas

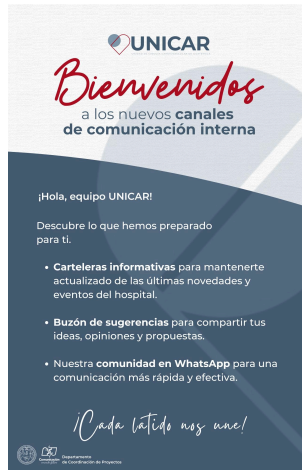
e) Plantilla cumpleaños



f) Artes para informar de los nuevos canales de comunicación interna.



g) Afiche de bienvenida



h) Arte de bienvenida a la comunidad de WhatsApp




i) Plantillas realizadas

Link de plantillas: [Plantillas](#)

### 3.4 Acción No. 4 Elaboración guía de contenidos para carteleras informativas

Tabla 16

Actividad No. 4	Guía para nuevos canales de comunicación interna
<b>Objetivo de la actividad</b>	Crear un proceso claro y estructurado para proporcionar información y publicar contenido en las carteleras informativas y en la comunidad de WhatsApp de UNICAR.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q500.00
<b>Resultado obtenido o esperado</b>	Con la guía de información, se espera que todos los colaboradores puedan aportar información valiosa a las carteleras informativas y a la comunidad de WhatsApp.
<b>Evidencia de la Ejecución</b>	<p>a) Guía informativa</p>  <p>The image shows the cover of a guide titled "GUÍA DE NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA". It includes the UNICAR logo and a table of contents (Índice) with the following items:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Objetivo y alcance ..... 1</li> <li>Filosofía del hospital ..... 2</li> <li>Nuestro valores ..... 3</li> <li>Propósito de las carteleras ..... 5</li> <li>Tipos de contenido que se publicarán ..... 5</li> <li>Formato para recopilar información ..... 6</li> <li>Proceso de recopilación y publicación de contenido ..... 6</li> <li>Proceso de evaluación y mejora ..... 7</li> <li>Colocación de información en carteleras ..... 7</li> <li>Anexo 1 ..... 9</li> <li>Anexo 2 ..... 10</li> </ul>



### Objetivo y alcance

El propósito de esta guía es crear un proceso claro y estructurado para publicar contenido en las carteleras informativas de UNICAR. Las carteleras informativas son una herramienta importante para mantener a todos los colaboradores actualizados sobre eventos, reconocimientos, anuncios importantes y otras noticias de interés.

Siguiendo esta guía, cada departamento podrá participar efectivamente en las comunicaciones internas, asegurando que toda la información relevante se comunique de manera oportuna y precisa.

Cada departamento es responsable de facilitar la información relevante a la Dirección de Recursos Humanos, para ser publicada en las carteleras informativas. La guía detalla el tipo de contenido a enviar, el formato requerido y el proceso de revisión y publicación.



### Filosofía del hospital

#### Visión

Ser una institución que esté a la vanguardia en la prestación de servicios de cardiología y cirugía cardiovascular altamente calificada y con personal calificado, que garantice la excelencia de la atención y el crecimiento autosostenible.

#### Misión

Institución de salud no lucrativa, dirigida a la población guatemalteca y centroamericana que padece enfermedades cardiovasculares, comprometida a brindar servicios de salud de alta calidad con apego a valores humanos.



### Nuestros valores

#### 1 Respeto

En UNICAR creemos que el respeto permite al ser humano reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Lo definimos como el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad.

#### 2 Solidaridad

La solidaridad en UNICAR se caracteriza por la unidad entre los compañeros de trabajo, lo que permite lograr la superación de adversidades, siendo una virtud que nos acerca a nuestros pacientes que necesitan bondad o una mano amiga en su vida.

#### 3 Espíritu de servicio

En UNICAR el Espíritu de Servicio es una actitud que forma parte de nuestra institución ya que colaboramos, ayudamos a los pacientes y compañeros de trabajo sin sentirnos sometidos, mandados o humillados. Buscamos satisfacer las necesidades de nuestros pacientes y compañeros de trabajo con buena actitud y nos mantenemos atentos a ellos.

#### 4 Integridad

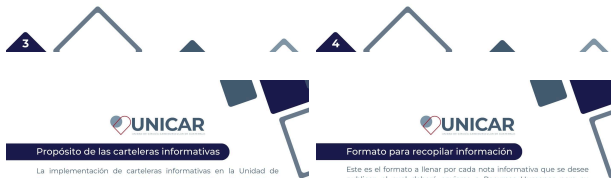
En UNICAR la integridad la consideramos como la honestidad y veracidad o exactitud de las acciones de uno mismo, por lo que es una cualidad de ser honesto y tener fuertes principios morales. Es una elección personal que nos mantiene dentro de los estándares conscientes.

#### 5 Empatía

Nos ayuda a trabajar en armonía y motivados, considerando que tenemos la inmejorable oportunidad de procurar el bienestar, desarrollo, el esfuerzo para reconocer y comprender los sentimientos y actitudes de otros, nos brinda también, la oportunidad de servir a los demás, lo cual manifiesta el profundo respeto que les debemos a toda persona con quien nos relacionamos en UNICAR.

#### 6 Responsabilidad

Es un valor que forma parte de nuestra institución, que se caracteriza por la capacidad de cada trabajador de actuar de la manera correcta y comprometido con la mejora continua en la calidad de vida de los pacientes.



### Propósito de las carteleras informativas

La implementación de carteleras informativas en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala (UNICAR), está dirigida a mantener a todos los colaboradores del hospital informados y actualizados con respecto a eventos, noticias, reconocimientos y otros acontecimientos de interés.

### Tipos de contenido que se puede publicar

- **Noticias y eventos:** información sobre eventos recientes, por ejemplo: talleres, reuniones, capacitaciones y celebraciones.
- **Reconocimientos:** destacar a los colaboradores del mes, cumpleaños, reconocimientos especiales, logros individuales o de equipo, además, si algún colaborador participó en algún evento externo o fue invitado en algún medio de comunicación.
- **Anuncios importantes:** Recursos Humanos publicará cambios en políticas, personal que cause alta o baja en la institución y actualizaciones relevantes que necesitan ser informados a todos los colaboradores.
- **Consejos de salud y bienestar:** información sobre salud, bienestar individual o grupal, y seguridad en las áreas de trabajo.
- **Desarrollo profesional:** información sobre implementación de cursos, capacitaciones y oportunidades de crecimiento profesional para los colaboradores.



### Formato para recopilar información

Este es el formato a llenar por cada nota informativa que se desea publicar, el cual deberá enviarse a Recursos Humanos para su publicación en las carteleras informativas y en nuestra comunidad en WhatsApp.

**Instrucciones:** Si compartes una noticia para el boletín informativo, por favor responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué pasó?
2. ¿Quiénes participaron?
3. ¿Dónde ocurrió?
4. ¿Por qué es importante para UNICAR?
5. ¿Cuándo pasó?
6. ¿Cómo pasó?
7. ¿Departamento que envía la información?
8. ¿Persona de contacto para solicitar más información?

### Envía fotos, videos o un link con el material que quieres adjuntar a la noticia.

### Proceso de recopilación y publicación de contenido

**Envío de información:** toda la información debe ser enviada en el formato establecido y completo a la Dirección de Recursos Humanos, correo electrónico: [rrh@unicar.org](mailto:rrh@unicar.org) de preferencia el día miércoles de cada semana para redacción, revisión y publicación.

**Revisión y aprobación:** La Dirección de Recursos Humanos revisará el contenido para asegurar, la relevancia, precisión y autenticidad de la información.





**Diseño:** se estableció un diseño uniforme para las notas informativas, el cual será administrado por la Dirección de Recursos Humanos, este puede ir variando y rotando, siempre respetando la línea gráfica de UNICAR y una buena composición de elementos visuales.

**Publicación:** las notas informativas serán colocadas en las carteleras informativas que están ubicadas estratégicamente en los diferentes niveles del hospital los días lunes de cada semana únicamente por la Dirección de Recursos Humanos.

**Proceso de evaluación y mejora**

**Informes de actualización:** Recursos Humanos realizará informes de actualización cada semana de cada cartelera para llevar un registro de las notas informativas que han sido colocadas.

**Evaluación:** se solicitará regularmente los comentarios de los colaboradores con respecto a la utilidad y efectividad de las carteleras informativas, por medio de una encuesta de satisfacción.

**Retroalimentación:** se realizarán los ajustes y las mejoras necesarias recibidas en la encuesta de satisfacción para continuar mejorando la estrategia de comunicación interna.

**Colocación de información en carteleras**

La Dirección de Recursos Humanos es la encargada de realizar las actualizaciones en las carteleras informativas, si desea colocar información de su departamento, enviar la solicitud al correo: [rrhh@unicargt.org](mailto:rrhh@unicargt.org)



¡Compartamos los logros, eventos y avances de nuestras áreas y toda la información relevante para enriquecer nuestra comunidad!

¡Cada latido nos une!

7

**Anexo 1**



**Instrucciones:** Si compartes una noticia para el boletín informativo, por favor responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué pasó?
2. ¿Quiénes participaron?
3. ¿Dónde ocurrió?
4. ¿Por qué es importante para UNICAR?
5. ¿Cuándo pasó?
6. ¿Cómo pasó?
7. ¿Departamento que envía la información?
8. ¿Persona de contacto para solicitar más información?

**Envía fotos, videos o un link con insumos que quieres adjuntar a la noticia.**

**Nota:** Adjuntar los videos y fotografías en el cuerpo del texto del correo electrónico no en el formato word o pdf.

8

**Anexo 2**

**Ejemplo**



**Instrucciones:** Si compartes una noticia para el boletín informativo, por favor responde las siguientes preguntas:

1. ¿Qué pasó?  
Se llevó a cabo la inauguración de los nuevos canales de comunicación interna de UNICAR en el área cercana al ring mercado. Durante el evento, se entregó a los asistentes un pequeño copalote y una tarjeta que invitaba a visitar las carteleras informativas, a utilizar el botón de sugerencias y a unirse a la comunidad en WhatsApp.
2. ¿Quiénes participaron?  
El evento contó con la participación de todo el personal médico, paramédico y administrativo.
3. ¿Dónde ocurrió?  
En las instalaciones de UNICAR.
4. ¿Por qué es importante para UNICAR?  
Facilitar el acceso oportuno a información institucional.
5. ¿Cuándo pasó?  
El 26 de agosto
6. ¿Cómo pasó?  
Fue realizado como parte del Ejercicio Profesional Supervisado de Jennifer Ramírez, de la Universidad de San Carlos de Guatemala.
7. ¿Departamento que envía la información?  
Coordinación de Proyectos
8. ¿Persona de contacto para solicitar más información?  
Linda Rodas correo electrónico: [lrodas@unicargt.org](mailto:lrodas@unicargt.org)

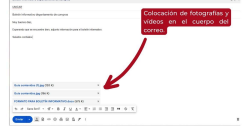
9

**Anexo 2**

**Ejemplo**



Adjunta fotos, videos o un link con insumos que quieres adjuntar a la noticia.



**NOTA:** las fotografías o videos van adjuntados en el cuerpo del correo no en el formato Word



**Contacto**

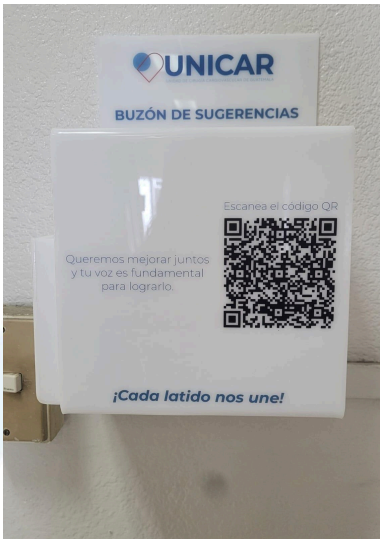
Para cualquier pregunta o duda adicional, puede contactar a la Dirección de Recursos Humanos a los correos:

[crivera@unicargt.org](mailto:crivera@unicargt.org)  
[melva@unicargt.org](mailto:melva@unicargt.org)  
[jurado@unicargt.org](mailto:jurado@unicargt.org)  
 Extensiones: 116, 117 y 163

11

### 3.5 Acción No. 5 Implementación de buzón de sugerencias

Tabla 17

Actividad No. 5	Implementación de buzón de sugerencias
<b>Objetivo de la actividad</b>	Promover la participación y el feedback de los colaboradores, tanto de manera física como digital, a través de un buzón de sugerencias ubicado en el área de marcaje y mediante un formulario accesible mediante un código QR.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q235.00
<b>Resultado obtenido o esperado</b>	Que todos los colaboradores tengan la oportunidad de contar con otro canal de comunicación y puedan emitir sus opiniones, sugerencias, y propuestas, de una manera anónima y confidencial. Al momento de entregar todo el plan de comunicación, se logró captar una sugerencia en el formulario digital, el Departamento de Recursos Humanos es el encargado de darle el seguimiento correspondiente.
<b>Evidencia de la Ejecución</b>	<p>a) Instalación de buzón en el área de marcaje</p> 

## b) Formulario

**¡Bienvenido al formulario de sugerencias para el personal de UNICAR!**

El siguiente formulario está diseñado para que pueda compartir de manera confidencial sus sugerencias para mejorar nuestros servicios y procedimientos en el hospital. Queremos escuchar sus ideas para hacer de nuestro entorno de trabajo un lugar aún mejor.

**Confidencialidad:** su sugerencia será tratada de manera confidencial. **No almacenamos información** personal como nombre o direcciones de correo electrónico a través de este formulario.

unicar24gt@gmail.com [Switch account](#)

Not shared

Describe detalladamente su sugerencia, cuanta más información pueda proporcionar, mejor podremos evaluar y considerar su propuesta.

Your answer

[Submit](#) [Clear form](#)

## c) Arte con el código QR para acceder al formulario




## d) Formato para control de sugerencias

Link: [Formato para control de buzón de sugerencias](#)

### 3.6 Acción No. 6 Capacitación a los jefes de departamento

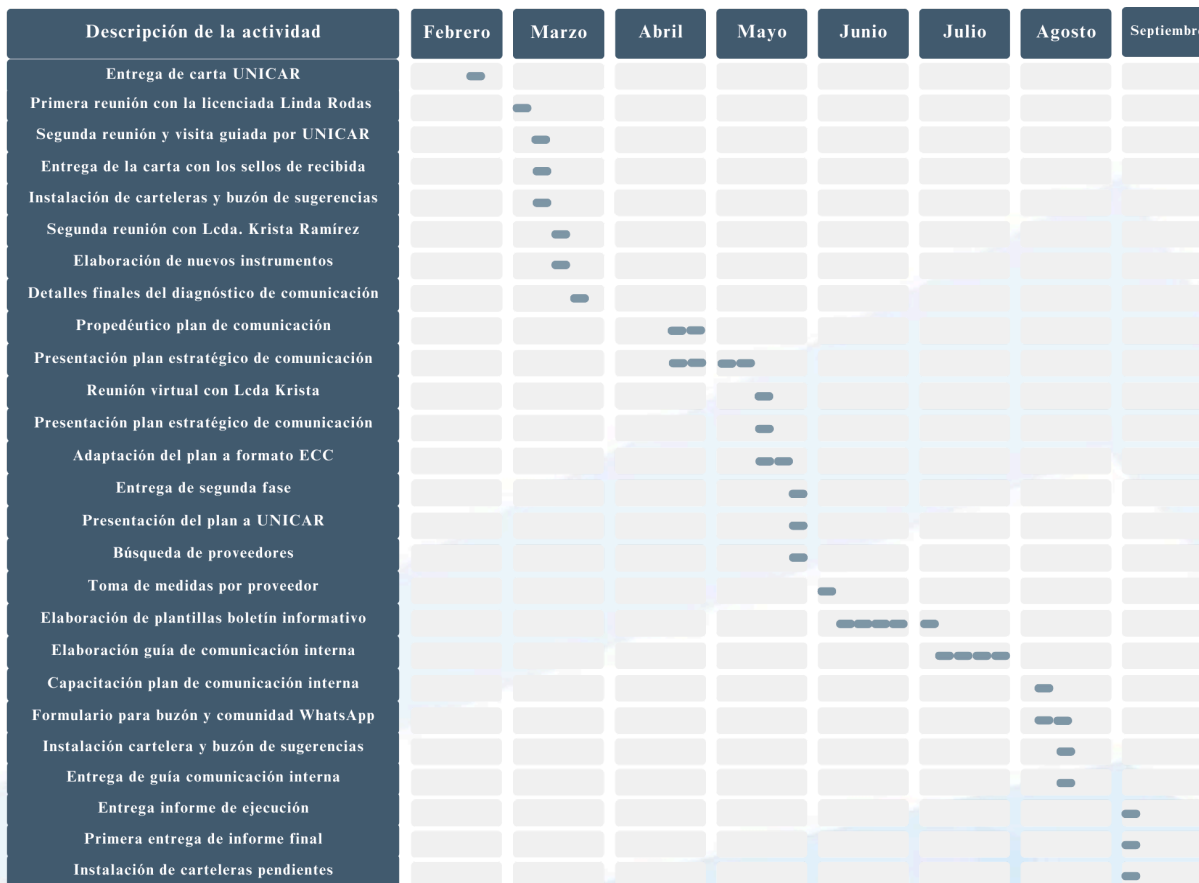
Tabla 18

Actividad No. 6	Capacitación a los jefes de departamento
<b>Objetivo de la actividad</b>	Informar a todos los jefes del área médica, paramédica y administrativa de UNICAR la implementación del plan de comunicación interna y los nuevos canales de comunicación para que puedan trasladar la información a sus subalternos.
<b>Medio utilizado</b>	Digital y escrito
<b>Presupuesto utilizado</b>	Q300.00
<b>Resultado obtenido o esperado</b>	Se envió un memo a todos los jefes para invitarlos a la capacitación sobre el plan de comunicación interna. En total, se enviaron 45 memos a 45 autoridades, de las cuales asistieron 19. La capacitación tuvo buena aceptación, y se logró la divulgación de las nuevas implementaciones para la comunicación interna.
<b>Evidencia de la Ejecución</b>	Salón de conferencias 



### 3.7 Cronograma general

Figura 7



Fuente: elaboración propia

## Conclusiones

1. Implementar estrategias de comunicación para mejorar el flujo de comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR, permitió mejorar los procesos, una coordinación más eficaz con todos departamentos y los equipos de trabajo, lo cual hace un intercambio de información más clara, efectiva e inmediata, ayudando a minimizar errores y optimizar mejor los tiempos de respuesta.
2. Establecer nuevos canales de comunicación interna, permitió integrar a todos los colaboradores de UNICAR, lo cual facilitó y logró una interacción más directa y accesible para todo el personal administrativo, médico y paramédico. Los canales implementados como la comunidad en WhatsApp, las carteleras informativas, el boletín informativo, hacen posible que estén en constante actualización de información relevante del hospital.
3. Promover la participación activa y la retroalimentación a los colaboradores de UNICAR a través del buzón de sugerencias físico y digital, hace que se sientan escuchados y seguros para compartir sus dudas, opiniones o propuestas, lo cual genera un ambiente más inclusivo y colaborativo. Además la retroalimentación que se puede brindar no solo ayuda a los colaboradores, también permite identificar áreas de mejora y realizar los ajustes necesarios que ayuden a los procesos de la institución.
4. Compartir la guía de contenidos para agregar información a las carteleras informativas y a la comunidad de WhatsApp, a través de un formato simple de preguntas, permite que todos los colaboradores aporten información de interés y relevancia para el hospital, además de establecer un mejor orden en la colocación de la información por medio del departamento de Recursos Humanos.

## **Recomendaciones**

La integración de todos los colaboradores es fundamental, con los nuevos canales de comunicación interna implementados son un buen comienzo para hacer que todos se sientan parte de UNICAR. Sin embargo, se recomienda ofrecer algún tipo de incentivo para fomentar el uso del buzón de sugerencias y la contribución de información a las carteleras informativas, como un reconocimiento a la mejor idea o al departamento que proporcione más información para las carteleras.

Darles valor a los colaboradores de UNICAR también es importante, se pueden fomentar talleres o charlas que ayuden a su crecimiento personal y profesional, utilizando los nuevos canales de comunicación interna para su difusión, además de implementar dinámicas que puedan generar integración en cada departamento para alcanzar un mayor grado de confianza. Para crear un ambiente de trabajo más positivo, los jefes de departamento pueden proponer reuniones periódicas con sus subalternos para identificar oportunidades de mejora en sus actividades diarias.

Es fundamental organizar una capacitación adicional para los jefes de departamento que no pudieron asistir a la reunión oficial sobre el plan de comunicación interna. Es importante que conozcan de primera mano las mejoras y los nuevos canales de comunicación, así como la manera en que pueden contribuir a mejorar procedimientos y aspectos clave para el funcionamiento del hospital.

Capacitar a las personas que darán seguimiento al plan de comunicación interna, como a sus canales y todos los materiales que se dejan establecidos, es indispensable para lograr dar seguimiento y seguir avanzando en proyectos y acciones que ayuden al objetivo de optimizar e integrar a todos los colaboradores de UNICAR.

## Referencias Bibliográficas

- Aljure Saab, A. (2015). El plan estratégico de comunicación: método y recomendaciones prácticas para su elaboración: ( ed.). Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uscg/titulos/57730>.
- Alvira Martín, F. (2011). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*: (2 ed.). CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Cardoso. N. (2011). *El diagnóstico: los primeros pasos en un proceso de intervención comunitaria*. Recuperado de <https://comunicacioncomunitaria.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/106/2021/09/Nuevo-texto-El-diagnostico.pdf>
- Estanyol Casals, E. Garcia, E. (II.) & Lalueza, F. (II.). (2016). ¿Cómo elaborar un plan de comunicación corporativa?: ( ed.). Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/58486?page=87>
- Feria. A.H., Matilla. G.M., y Mantecón. L. S. (2020). *La entrevista y la encuesta. Vol. 11 Núm. 3 Pág. 62-79*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7692391>
- Fernández García, M. Y. (2012). Propuesta de un plan de comunicación para perfeccionar la aplicación del programa de desarrollo cultural del municipio Colombia para la etapa 2011-2013: ( ed.). Las Tunas, Cuba: B - Universidad de Las Tunas. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/30095?page=29>.
- Hernández. S., Fernández. C. y Baptista. P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw Hill Education.
- Interiano, C. (2013). *Semiología y comunicación*. Ciudad de Guatemala, Guatemala: Estudiantil Fénix.

Manig Valenzuela, A., Márquez Ibarra, L., Madueño Serrano, M. L.(2018). *Métodos de investigación cualitativa: la comprensión de las voces de los actores en ambientes educativos*. Pearson Educación.

Menéndez Prieto, M. D. (2010). El plan de comunicación hospitalario: herramienta de gestión sanitaria: ( ed.). Alicante, Spain: ECU. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/55050?page=18>.

Ñaupas. P., Valdivia., Palacios. y Romero (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis*. 5a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U.

Ocampo Villegas, M. C. (2011). Comunicación empresarial: plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones: (2 ed.). Bogotá, Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/228546?page=54>.

Pimienta Prieto, J. H., Orden Hoz, A. D. L.(2017). *Metodología de la investigación: competencias + aprendizaje + vida*. Pearson Educación. Recuperado de <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=4543>

Ramírez Atehortúa, F. H., & Zwerg-Villegas, A. M. (2012). Metodología de la investigación:más que una receta. AD-minister, (20),91-111. ISSN: 1692-0279. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327350004>

Rojas, V. M. (2011). Metodología de la Investigación: diseño y ejecución: ( ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uscg/70969?page=64>.

Torres. B. (2022) *Metodología de la investigación*. Pearson Educación.

UNICAR (2018). *Historia UNICAR*. Guatemala. Recuperado de <https://unicargt.org/historia.html>

UNICAR (2018). *Manual de descriptor de puestos área administrativa*. Recuperado de <https://unicargt.org/archivos/accesoinfo/no1/funciones/numeral1.pdf>

UNICAR (2023). *Plan de trabajo 2023*. Recuperado de <https://www.unicargt.org/archivos/accesoinfo/no5/2023/numeral5.pdf>

Vásquez, R. (2006). *Metodos de la Investigación Social*. Guatemala: Ediciones Educativas.

## Anexos

Figura 8

Primera reunión con la licenciada Linda Rodas del Departamento de Coordinación de Proyectos



Figura 9

Instalaciones de la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR



Figura 10

Presentación del plan de comunicación interna en sala de juntas de Dirección General



Figura 11

Sala de capacitación para presentar el plan a los jefes de departamento



Figura 12

Sala de capacitación con Lcda. Linda Rodas, Coordinadora de Proyectos



Figura 13

Inauguración canales de comunicación interna



Figura 14

Inauguración junto con el Director Walter Mazariegos y Lcda. Linda Rodas



Figura 15

Inauguración del proyecto junto con Lcda. Linda Rodas



Figura 16

Inauguración del proyecto personal médico, paramédico y administrativo



Figura 17

Inauguración del proyecto y colocación de la información

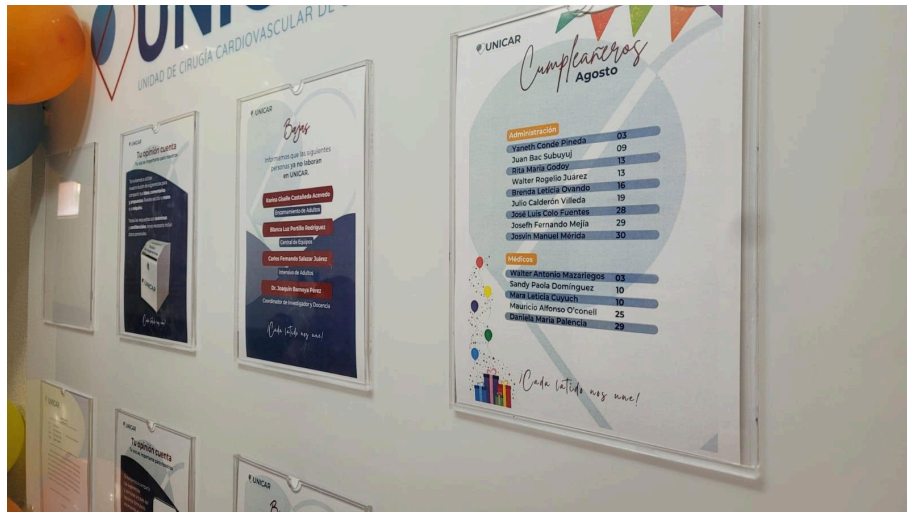


Figura 18

Inauguración del proyecto con la entrega de un cupcake a todo el personal de UNICAR



Figura 19

Inauguración del proyecto con la colocación de la cartelera para personas de UNICAR

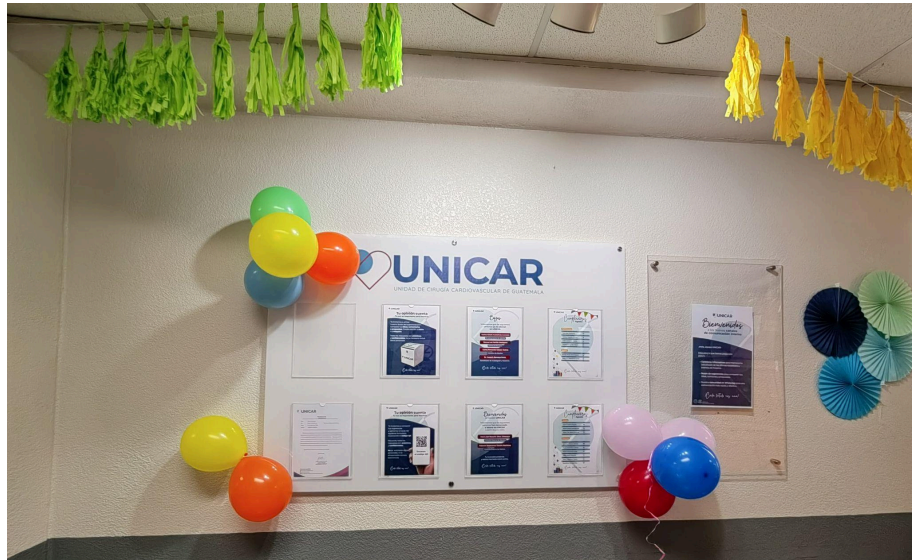


Figura 20

Inauguración del proyecto con el Departamento de Recursos Humanos



**Encuesta - Ejercicio Profesional Supervisado**  
**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

La siguiente encuesta es con el propósito de realizar un diagnóstico para evaluar la percepción de la comunicación interna en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR.

Su opinión es importante, por favor, responda con honestidad y sinceridad.

1. ¿De los siguientes canales de comunicación interna cuáles se utilizan en UNICAR?
  - a) Correo electrónico
  - b) Reuniones presenciales
  - c) Reuniones virtuales
  - d) Circulares/oficios
  - e) Grupo de mensajería
  - f) Cartelera informativa
  - g) Buzón de sugerencias
  - h) Revista interna
  - i) Teléfono PBX
  - j) Celulares
  
2. ¿Todos los colaboradores cuentan con correo institucional?
  - a) Sí
  - b) No
  
3. ¿Se comparten noticias, políticas internas, eventos, reconocimientos a todos los colaboradores?
  - a) Sí
  - b) No
  
4. ¿Considera que la información que se comparte es clara, relevante y oportuna?
  - a) Sí
  - b) No

5. ¿Se fomenta la retroalimentación a los colaboradores?

- a) Sí
- b) No

6. ¿Hay espacios designados para que los colaboradores puedan expresar sus opiniones, sugerencias o preocupaciones?

- a) Sí
- b) No

7. ¿Se realizan encuestas para evaluar la efectividad de la comunicación interna?

- a) Sí
- b) No

**Encuesta - Ejercicio Profesional Supervisado**  
**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

La siguiente encuesta es con el propósito de realizar un diagnóstico para evaluar la percepción de la comunicación externa en la Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR. Su opinión es importante, por favor, responda con honestidad y sinceridad.

1. ¿Se implementan estrategias de comunicación externa para promover la imagen y los valores de la institución?
  - a) Sí
  - b) No
  
2. ¿Se utiliza activamente la página web y las redes sociales para comunicar eventos, logros y noticias relevantes sobre la institución?
  - a) Sí
  - b) No
  
3. ¿Se realizan actividades de relaciones públicas, como conferencias de prensa para fortalecer la presencia y reputación de la institución?
  - a) Sí
  - b) No
  
4. ¿Se cuenta con un plan de crisis y comunicación para abordar situaciones negativas o emergencias que puedan afectar la imagen y reputación de la institución?
  - a) Sí
  - b) No
  
5. ¿Existen materiales impresos (folletos, catálogos, revistas) que representan a UNICAR?
  - a) Sí
  - b) No

6. ¿UNICAR tiene canales de comunicación externos para recibir y responder a comentarios, preguntas y preocupaciones del público?

- a) Sí
- b) No

7. ¿Se fomenta la participación del público en actividades institucionales y eventos?

- a) Sí
- b) No

# Figura 21

## Registro de horas de práctica



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2024



### Registro de Horas de práctica

<b>Nombre Estudiante</b>	Jennifer Odilia Ramírez López
<b>Registro Académico</b>	201612244
<b>Jefe o Encargado (a):</b>	Licenciada Linda Rodas
<b>Institución o Empresa:</b>	Unidad de Cirugía Cardiovascular de Guatemala UNICAR
<b>Supervisor de EPSL:</b>	Licenciada Krista Ramirez

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 3 al 7	Junio	3	3	3	3	3	3	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación para el plan de comunicación interna.</li> <li>Reunión con el Director General, Coordinadora de Proyectos y Jefa de Recursos Humanos para presentar el plan de comunicación.</li> <li>Toma de medidas por el proveedor para las carteleras informativas.</li> </ul>	
2	Del: 10 al 14	Junio	3	3	3	3	3	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bosquejo de plantillas para boletín informativo.</li> </ul>		
3	Del: 17 al 21	Junio	4	4	4	4	4	20	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño y elaboración de plantillas para el boletín informativo de las notas informativas.</li> </ul>		
4	Del: 24 al 28	Junio	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño de plantillas para los cumpleaños, altas, bajas, y para indicar los nuevos canales de comunicación interna.</li> <li>Elaboración de afiche de bienvenida.</li> </ul>		
5	Del: 1 al 5	Julio	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Borrador de la información para colocar en la guía de comunicación interna.</li> </ul>		

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 8 al 12	Julio	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseño para colocar la información en la guía de comunicación interna.</li> </ul>		
2	Del: 15 al 19	Julio	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primera verificación de la guía de comunicación interna.</li> <li>Separación del personal de UNICAR por cada departamento en listados de Excel.</li> </ul>		
3	Del: 22 al 26	Julio	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colocar números telefónicos proporcionados por planta telefónica de UNICAR.</li> </ul>		
4	Del: 29 al 31	Julio	5	5	5			15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Correcciones de la guía.</li> <li>Impresión de listados del personal de UNICAR por departamento para enviarlos a los jefes de cada departamento.</li> <li>Correcciones de los primeros listados recibidos para corregir números telefónicos.</li> </ul>		
5	Del: 1 al 2	Agosto					5	5	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguimiento de corrección y actualización de los números telefónicos.</li> </ul>	

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 5 al 9	Agosto	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación a todos los jefes de cada departamento.</li> <li>Consolidar todos los números telefónicos.</li> <li>Ajuntar todos los contactos en el teléfono celular para la comunidad.</li> <li>Creación de la comunidad.</li> </ul>		
2	Del: 12 al 16	Agosto	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Agregar a los primeros contactos.</li> <li>Creación de formulario para buzón de sugerencias digital.</li> <li>Recorrido en los departamentos para incentivar a los departamentos a unirse a la comunidad.</li> <li>Seguimiento de las correcciones de la guía de contenidos para las carteleras informativas.</li> </ul>		
3	Del: 19 al 23	Agosto	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instalación de cartelera informativa para los colaboradores de UNICAR.</li> <li>Agregar de forma manual a colaboradores en la comunidad de WhatsApp.</li> <li>Elaboración de formato para llevar un registro de las carteleras y el buzón de sugerencias.</li> </ul>		
4	Del: 26 al 30	Agosto	5	5	5	5	5	25	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inauguración de los nuevos canales de comunicación interna.</li> <li>Corrección final de la guía de comunicación interna.</li> <li>Envío de la guía de contenidos al departamento de Recursos Humanos para su aprobación final.</li> <li>Envío del primer memo a la comunidad de WhatsApp para todo el personal de UNICAR.</li> <li>Envío de comunicado interno para informar sobre quienes permanecen en la comunidad.</li> </ul>		

**TOTAL HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS 300**

**Nota: Diariamente puede ser registradas de 1 a 8 horas de trabajo virtual o presencial**

  
 \* Linda María Rodas Suárez  
 Coordinadora de Proyectos UNICAR

  
 Nombre y Firma  
 Supervisor/a EPSL

Figura 22

Informe de plagio



## Informe del Detector de Plagio Viper

PLAGIO INFORME FINAL.pdf escaneado Sep 5, 202



Para consultar el informe completo haz click en el siguiente enlace: [Informe de plagio informe final](#)