

**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Estudios de Postgrado**



**Guatemala, noviembre 2012**



**Universidad de San Carlos de Guatemala  
Escuela de Ciencias de la Comunicación  
Departamento de Estudios de Postgrado**

The seal of the University of San Carlos of Guatemala is a large circular emblem. It features a central shield with a figure on horseback, a crown above, and various heraldic symbols. The shield is flanked by two columns with banners. The outer ring of the seal contains the Latin text "ACADEMIA COACTEMALENSIS INTER CÆTHERAS ORBIS CONSPICUA CAROLINA".

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA  
Y EXTERNA PARA EL  
HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y  
REHABILITACIÓN DR. JORGE VON AHN**

Trabajo Graduación Presentado por:  
Carmen Elizabeth Cuevas Aceituno

Previo a optar el título de:  
Magister Artium en Comunicación Organizacional

**Guatemala, noviembre 2012**



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

**Consejo Directivo**

**Lic. Julio E. Sebastián Chilín**  
*Director*

**Lic. Víctor Carillas**  
**M.A. Amanda Ballina**  
*Representantes Docentes*

**Nestor Anibal de León V.**  
**José Jonathán Girón Ticurú**  
*Representantes Estudiantiles*

**Lic. Johnny Michael González**  
*Representante de los Egresados*

**M. Sc. Claudia Molina**  
*Secretaria*

**Consejo Académico de Postgrado**

**Lic. Julio E. Sebastián Chilín**  
*Director*

**M.A. Aracelly Krisanda Mérida**  
*Secretaria*

**Dr. Ángel Valdez**  
*Vocal I*

**M.A. Amanda Ballina**  
*Vocal II*

**M. Sc. Sergio Morataya**  
*Vocal III*

**Tribunal Examinador**

**M.A. Aracelly Krisanda Mérida González**  
**M.A. Amanda Ballina Talento**  
**M.A. Ninoshka Lou**  
**M.A. Ana Elisa Gudiel Jovel**



Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido de este trabajo.

---





## INTRODUCCIÓN

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han De León, inició actividades en el año de 1905 como asilo y como centro de recuperación de múltiples padecimientos. Su principal función en la actualidad es brindar tratamiento especializado a las enfermedades del aparato locomotor; el hospital está clasificado como Especializado de IV nivel o de referencia.

Debido a la importancia que el hospital tiene a nivel nacional, se efectuó una investigación para determinar los niveles de comunicación interna y externa existentes en la institución, se realizó para ello un diagnóstico situacional y uno comunicacional apoyados en los métodos y técnicas de observación, utilizando herramientas de apoyo como entrevistas, cuestionarios y encuestas; obteniendo como resultado el comportamiento y opinión directa de los directivos, personal, pacientes y usuarios del hospital.

Se utilizaron las teorías y conceptos de comunicación que combinados con otras disciplinas fundamentaron la investigación y propuesta de la estrategia de comunicación; la metodología de investigación utilizada es inductiva ya que se utiliza la observación de hechos, registro y clasificación, para luego contrastarlos. Tomando como base lo anterior se construye el marco metodológico de la investigación proponiendo para ello las técnicas de análisis: cuantitativa y cualitativa.

En el estudio de resultados se definió que la institución debe mejorar sus procesos comunicacionales tanto internos como externos, tomando en cuenta las fortalezas existentes en la institución.

**Capítulo I**, contiene el diagnóstico situacional, en donde se da una breve descripción de las funciones y actividades de la institución, recursos con los que cuenta la empresa; asimismo las áreas de estudio, muestras del estudio, información a recolectar, se describen los métodos y técnicas de investigación que se utilizarán en la realización del estudio, presupuesto y cronograma de actividades. **Capítulo II**, Fundamentos Epistemológicos, se describe el proceso de



comunicación y su relación con otras disciplinas, tales como: la psicología, sociología, informática y la pedagogía, cada una de ellas fue sustentada con las teorías siguientes: Las Expectativas de Vroom; Administración de las Necesidades de Maslow; ERC de la Motivación de Erg Alderfer; Administración Científica de Frederick W. Taylor y la Burocracia Ideal de Max Weber. **Capítulo III**, comprende la metodología utilizada, los instrumentos de investigación, la muestra de personas con quienes se realizaron las entrevistas, encuestas y cuestionarios, análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas -FODA-, la revisión documental de fuentes primarias y secundarias, instrumentos de investigación cuantitativa y cualitativa. **Capítulo IV**, Incluye el diagnóstico comunicacional el cual expresa los resultados de la investigación, tales como prácticas de comunicación del líder y subalternos, análisis de la comunicación externa, la relación del hospital con otras entidades de gobierno, comunicación corporativa (Imagen, logotipo, color, etc.). **Capítulo V**, tiene contenida la propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional interna y externa del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn, se incluyen los diseños gráficos, cada uno sustentado debidamente con los objetivos, procedimientos y técnicas de aplicación, planes de monitoreo y calendarización de actividades. **Capítulo VI**, presenta los resultados futuros esperados con la ejecución de la estrategia de comunicación. **Capítulo VII**, se dan las conclusiones y recomendaciones sobre la investigación completa.



## Contenido

Introducción.....	v
Resumen .....	6
Capítulo 1.....	7
Diagnóstico Situacional .....	7
1.1 <i>Naturaleza de la Empresa</i> .....	7
1.2 <i>Objetivos, Misión y Visión</i> .....	8
1.3 <i>Ubicación geográfica</i> .....	9
1.4 <i>Descripción de Actividades</i> .....	10
1.5 <i>Actores</i> .....	11
1.6 <i>Perfil de los Trabajadores</i> .....	14
1.7 <i>Identificación y Descripción de Factores que Influyen sobre la Situación del Objeto de Estudio</i> .....	16
1.8 <i>Análisis y Pronóstico de la Situación</i> .....	18
1.9 <i>Factores Indirectos</i> .....	19
1.10 <i>Factores Directos</i> .....	20
CAPÍTULO 2.....	22
Fundamentos Epistemológicos .....	22
2.1 <i>La comunicación y la psicología</i> .....	24
2.2 <i>La comunicación y la Sociología</i> .....	25
2.3 <i>La comunicación y la informática</i> .....	27
2.4 <i>La comunicación y la pedagogía</i> .....	29
CAPÍTULO 3.....	31
Metodología Aplicada.....	31
3.1 <i>Tipo de investigación</i> .....	31
3.2 <i>Universo</i> .....	31
3.3 <i>Muestra</i> .....	32
3.4 <i>Herramientas</i> .....	33
3.4.1 <i>Revisión documental</i> .....	33
3.4.3 <i>Entrevista</i> .....	35



3.4.4 Cuestionarios.....	36
3.5 Método de Análisis.....	37
CAPÍTULO 4.....	38
Diagnóstico Comunicacional.....	38
4.1 Comunicación Interna .....	38
4.1.2 Prácticas de Comunicación del Líder.....	39
4.1.3 Comunicación del Personal .....	40
4.1.4 Comunicación en el equipo.....	43
4.2 Análisis de la Comunicación Externa.....	45
4.2.1 Comunicación Externa Operativa .....	46
4.3 Relaciones con entes autónomos .....	47
4.3.1 Relaciones con otras organizaciones empresariales.....	47
4.3.2 Relaciones con los medios de comunicación.....	47
4.4 Comunicación Corporativa .....	48
4.4.1. Identidad Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn:.....	50
4.4.2 Logotipo:.....	53
4.4.3 Imagotipo: .....	54
4.4.4 Otros rasgos de homogenización. ....	54
4.4.5 Imagen.....	58
4.6 Reputación.....	60
4.6.1 Propaganda .....	61
4.6.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	63
4.6.3 Señalética .....	65
CAPÍTULO 5.....	67
Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional.....	67
5.1 Justificación.....	67
5.2 Objetivos de la Comunicación de la Estrategia.....	67





5.2.1 General.....	67
5.2.2 Específicos.....	68
5.3 <i>Propuesta Productos</i> .....	68
5.3.1 <i>Producto uno: Manual de Convivencia</i> .....	69
5.3.2 Producto dos: Calendario de Escritorio.....	82
5.3.3 Producto tres: firma electrónica para correos .....	84
5.3.4 Producto cuatro: Spot de Radio .....	86
5.3.5 Producto cinco: mantas vinílicas .....	89
5.3.6 Producto seis: QR.....	90
5.3.7 Producto siete: blog.....	93
5.3.8 Producto ocho: flash.....	95
CAPÍTULO 6.....	105
Resultados Futuros .....	105
Conclusiones .....	107
Recomendaciones.....	109
Referencias Bibliográficas.....	111
Anexo No. 2.....	116
Anexo No. 3.....	117

## **Índice de figuras**

Figura 1 Mapa .....	10
Figura 2 Área de recepción Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación .....	14
Figura 3 Realización de encuesta al personal administrativo del hospital .....	41
FIGURA 4 ¿Sabe usted cuáles son las metas a ser alcanzadas en este año? .....	42
Figura 5 ¿Qué medios considera más prácticos para recibir instrucciones? .....	42
Figura 6 ¿El Hospital cuenta con una oficina que atienda a los usuarios?.....	43
Figura 7 En caso de contar con uno, ¿Cuántas personas lo integran?.....	44



Figura 8 Favor de subrayar la Misión con la que se identifica.....	50
Figura 9 Favor de subrayar la Visión con la que se identifica.....	50
FIGURA 10 Tejedora asilo ancianos área mujeres .....	51
FIGURA 11 Tomando el sol asilo de ancianos.....	52
FIGURA 12 Nuevo comedor área hombres asilo ancianos.....	52
FIGURA 13 Comedor área mujeres asilo.....	53
Figura 14 ¿Cómo considera que ha sido la comunicación del Hospital para dar a conocer los servicios de salud que brinda a la población?.....	59
Figura 15 ¿Qué medios sugiere que el Hospital emplee para dar a conocer al público sus actividades?.....	60
Figura 16 ¿Existen una estación de información en el Hospital.....	61
Figura 17 Mantas informativas servicios hospitalarios .....	62
Figura 18 Servicios hospitalarios.....	62
Figura 19 Área tratamiento faciales.....	63
FIGURA 20 Área terapia infantil.....	64
FIGURA 21 Área de Rehabilitación.....	64
Figura 22 ¿Existen carteles informativos donde le indique a donde debe dirigirse para realizar el servicio solicitado en el Hospital?.....	65
Figura 23 Señalización gradas.....	66
Figura 24 Señalización clínicas    Figura 25 Señalización laboratorio y consulta externa.....	66



## Índice de Tablas

Tabla 1 análisis y pronóstico de la situación .....	18
Tabla 2 determinación de prioridades .....	21
Tabla 3 Plan de difusión.....	99
Tabla 4 Costos.. .....	100
Tabla 5 Plan de Monitoreo.. .....	101



## Resumen

El informe final tiene como objetivo proporcionar las bases para plantear las líneas de acción necesarias en la comunicación interna y externa del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han De León, que fomenten una cultura de colaboración, aprendizaje y sentido de responsabilidad, como miembros activos de la institución; manejando un proceso de intercambio de información, ideas, pensamientos y sentimientos disponiendo de símbolos de comunicación conocidos por todo el personal.

Los fundamentos epistemológicos que sustentan la investigación son: de las Expectativas de Víctor Vroom, Jerarquía de Maslow, ERC Alderfer, Administración Científica de Taylor, Burocracia Ideal de Max Weber; las cuales coinciden en que aportan la máxima importancia en el recurso humano aumentando de esta forma la eficiencia a través de los principios generales de la pedagogía, informática, didáctica y sociología y por consiguiente una mejor comunicación entre los distintos niveles organizacionales del hospital.

La metodología de investigación utilizada es el inductivo, se tomó una muestra de 10 Hombres y mujeres, comprendidos entre 20 y 50 años de edad trabajadores de las distintas disciplinas (administrativos, médicos, enfermeras) del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn, y ocho hombres y mujeres, comprendidos entre 35 a 70 años, pacientes usuarios del mismo (pacientes de las clínicas y usuarios del asilo de ancianos).

La recolección de datos se hizo a través de: Informes, manuales y presentaciones digitales, las herramientas a utilizadas fueron: entrevistas personales, preguntas directas, encuestas, análisis FODA y observación. Al finalizar el año 2013 se tiene proyectado que el 75% del personal del hospital identifique, conozca y aplique en su trabajo los objetivos propuestos en la estrategia. Al finalizar el año 2013 el 75% de la población guatemalteca tendrá conocimiento sobre la gratuidad y servicios médicos y hospitalarios que el hospital brinda a la ciudadanía.





# Capítulo 1

## Diagnóstico Situacional

### *1.1 Naturaleza de la Empresa*

“El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn de León”, inició sus actividades como Asilo y como Centro de Recuperación, siendo un lugar de convalecencia en múltiples padecimientos, desde el año 1905. Siendo donadas sus instalaciones y terrenos por la Sra. Joaquina Cabrera de Estrada, como solicitud especial a su hijo el Licenciado Manuel Estrada Cabrera, Presidente de la República de Guatemala, en el periodo de 1898 a 1922. Fue creado, considerando las circunstancias de la época y la morbilidad existente, aprovechando las instalaciones que ocupa el asilo de ancianos, inicialmente llamado “SAN DIEGO”, en honor a uno de los hijos del Señor Presidente. En el cual desde su inicio fue asistido y administrado por las Hermanas de la Caridad. Luego sufrió las inclemencias de los terremotos de 1917 y 1918. Posteriormente se estableció paralelamente el área asistencial, aproximadamente en el año 1945 teniendo como finalidad brindar tratamiento especializado a pacientes con padecimientos ortopédicos congénitos y deformidades adquiridas de tipo neurológico, tales como las secuelas de la poliomielitis. Teniendo siempre un funcionamiento encaminado con mística de trabajo, responsabilidad y calor humano, hacia el necesitado”

Una de las principales características del Hospital es la atención que se le brinda a los pacientes discapacitados, a los adultos mayores, de tal manera

que se distingue del resto de hospitales que conforman la red hospitalaria del país.

Las instalaciones son antiguas y han tenido modificaciones, la infraestructura data de 1945 aproximadamente, las mismas en la actualidad han sido remozadas pero quedan pendientes otros ambientes.

Se han hecho trámites para incrementar el presupuesto financiero, a fin de funcionar en forma adecuada. Se han hecho esfuerzos para dar a conocer a las autoridades correspondientes que la ortopedia es una especialidad diferente a la traumatología, por lo que debería ser tratado de acuerdo a la complejidad del Hospital de Ortopedia, no solo por los procedimientos quirúrgicos que se realizan sino también por el Asilo de Ancianos que también funciona en las mismas instalaciones. Informe Anual 2011 Dr. Ader Guillermo López Escobar Director del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han.

### *1.2 Objetivos, Misión y Visión*

Según entrevista personal realizada al Dr. Ader Guillermo López Escobar, Director del Hospital, en el mes de septiembre indicó que carecen de objetivos, en cada actividad que realizan redactan los mismos con base a las funciones que en ese momento se requieren.

#### *Misión*

“El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn De León” es un Hospital especializado y de referencia nacional que brinda atención de calidad a las personas, sin discriminación, con afecciones en el aparato locomotor, así como a aquellas que necesitan rehabilitación física, para incorporarlas nuevamente a la sociedad, en donde puedan desenvolverse de la mejor manera posible, según el logro de la misma.

Brinda además alojamiento a pacientes asilados, y a ancianos discapacitados, a quienes se les proporciona una atención integral que les permite satisfacer todas sus necesidades y llevar una vida en familia. La

atención se brinda sin discriminación alguna y en forma completamente gratuita.

### *Visión*

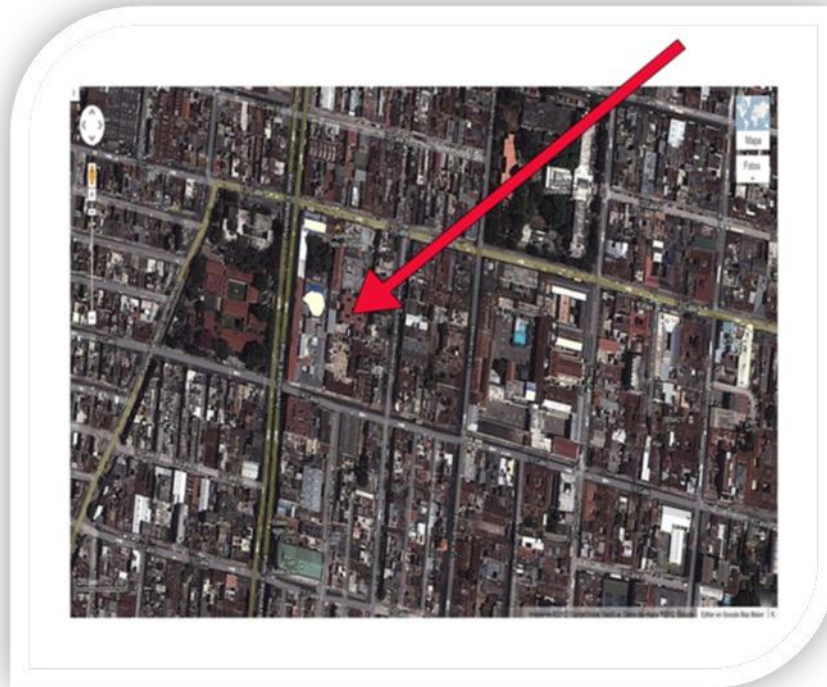
El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn De León”, aumentará su cobertura año con año, brindando una atención integral y gracias al esfuerzo sostenido y disciplinado de todo su personal, brindara cada año un servicio de mayor calidad, para que los pacientes que demanden su atención estén cada vez más satisfechos con el mismo, el cual será completamente gratuito, brindándolo en una infraestructura adecuada y con la tecnología necesaria que permita la satisfacción total del usuario.”

Manual Institucional para benefactores y uso interno 2011: pp 16-17

### *1.3 Ubicación geográfica*

Nombre: HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y  
REHABILITACION DR. JORGE VON AHN DE  
LEON

Figura 1 Mapa



Fuente de la fotografía: Google Earth

Dirección: 13 CALLE 0-18 ZONA 1  
Teléfonos: 22208911 – 14 22325742, 22328090,  
Jurisdicción: Área Metropolitana  
Fecha de fundación: 1905 como asilo funciona como Hospital  
Ortopédico a partir de 1945.

#### *1.4 Descripción de Actividades*

El hospital fue creado concretamente para proporcionar atención en una sola disciplina médica, pero esta se ha combinado con la Ortopedia y la Traumatología, tiene cobertura a nivel nacional.

Otra actividad importante de mencionar es la gratuidad en los servicios, misma que no ha podido cumplirse en un cien por ciento debido a la asignación presupuestal que no le permite obtener los materiales, equipos y

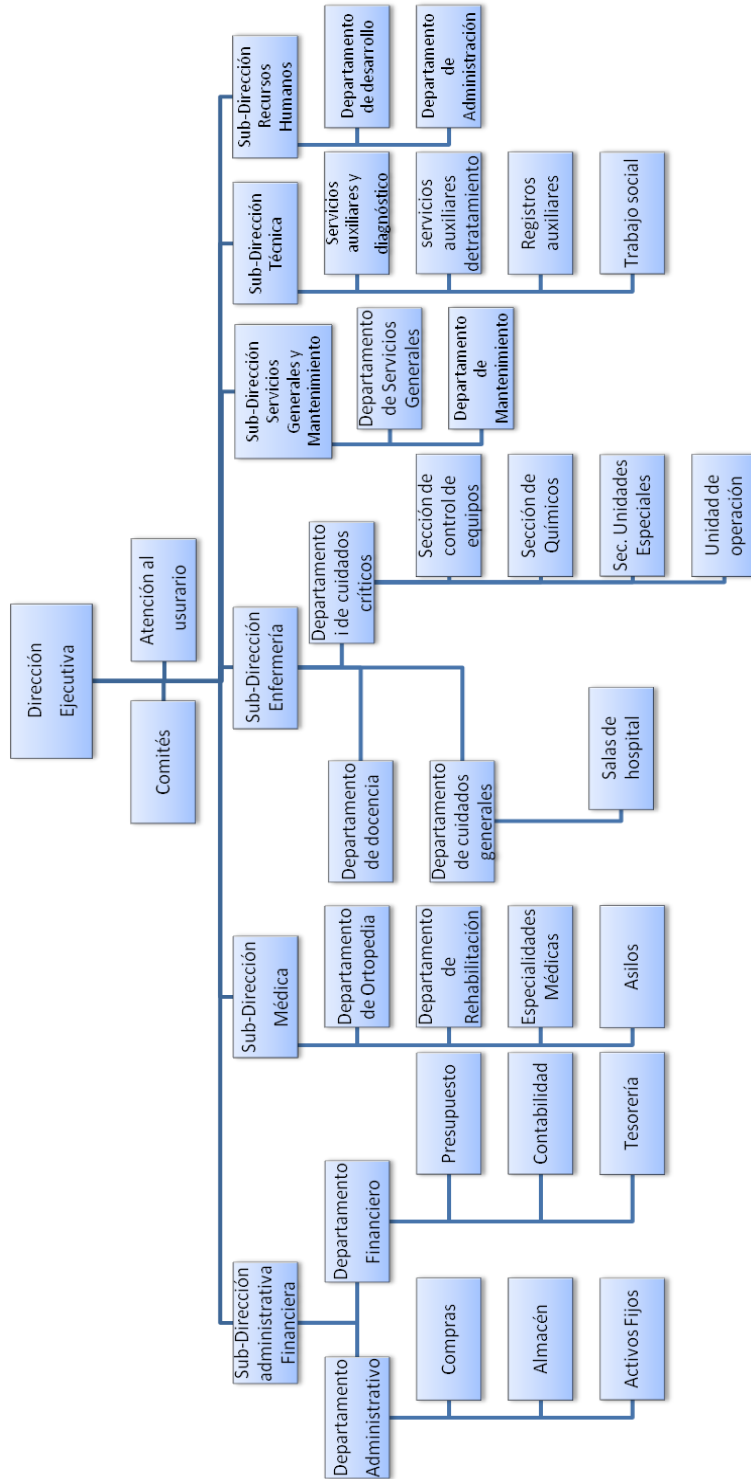
personal especializado, necesarios para brindar una mejor atención a los pacientes y usuarios del hospital.

El área asistencial está dirigida a resolver problemas de salud ortopédica, muy compleja, entendiéndose problemas degenerativos, que demandan o necesitan la intervención, con procedimientos ortopédicos de alto nivel, con instrumentos y materiales, tecnología compleja y muy especializada, con los que no se cuenta actualmente. Está clasificado como Hospital Especializado, de IV nivel o de referencia, que conjuga en su planta física varias disciplinas de atención médica. Informe anual 2011, Dr. Ader Guillermo López Escobar

### *1.5 Actores*

Estructura orgánica del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación  
“Dr. Jorge Von Ahn”

Figura 2 Organigrama



Fuente: Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn

- Dirección
- Gerencia Administrativa-Financiera
- Administración
- Departamento Administrativo
  - Departamento de Nutrición
  - Lavandería
  - Ropería y Costurería
  - Escuela Educación Personal
- Departamento de Mantenimiento
- Comunidad de Hermanas de la Caridad
- Subdirección Médica
- Servicios Administrativos
  - Registros Médicos

*Internos:*

- Director ejecutivo
- Gerente administrativo financiero
- Sub director medico
- Jefe de depto. ortopedia
- Jefe de enfermería
- Administrador
- Control de calidad
- Coordinador vespertino
- Coordinador nocturno
- Jefe de recursos humanos
- Jefe de mantenimiento
- Jefe de servicios generales (intendencia)

- Jefe de trabajo social
- Jefe de laboratorio
- Jefe de nutrición
- Jefe de consulta externa
- Archivo (admisión, registro clínico)

*Externos:*

- Ministerio de Salud: Ente superior encargado de la salud en Guatemala
- Ministerio de Finanzas: Encargado de asignación de fondos del estado
- Ong's: Proporcionan insumos al hospital
- Pacientes y usuarios
- Hospitales Privados
- Bomberos
- Empagua
- Electricidad
- Proveedores:
  - Farmacéuticos y de laboratorio
  - Material quirúrgicos
  - Alimentos y abarrotes
  - Gas
  - Papelería y útiles de oficina

### 1.6 Perfil de los Trabajadores

Figura 2 Área de recepción Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación





Fuente: Manual Institucional para Benefactores y Uso Interno Hospital Von Ahn  
El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han  
cuenta con:

- 12 médicos especialistas
- Ocho médicos asistentes especialistas
- Dos médicos generales
- Un cirujano plástico
- Tres Rehabilitación
- Un Pediatra
- Un Cardiólogo
- Un Odontólogo
- Un Nutricionista
- Dos Médicos internistas
- Tres Anestesiólogos
- Dos Enfermeras técnicas en anestesia
- Dos Psicólogos
- Un Psiquiatra
- 83 Auxiliares de Enfermería
- Ocho Enfermeras Graduadas
- 37 Personal Administrativo
- 81 Personal Operativo
- 23 Personal Técnico

- Cinco Trabajadoras Sociales

Horario de trabajo

- Turno de mañana: 7:00 a 13:30 hrs.
- Turno de tarde: 13:00 a 19:00 hrs.
- Turno de noche: 19:00 a 07:00 hrs.

El personal con estos horarios labora inclusive fines de semana y días festivos. El personal con horario administrativo de 7:00 a 15:30 hrs. labora de lunes a viernes.

### *1.7 Identificación y Descripción de Factores que Influyen sobre la Situación del Objeto de Estudio*

El FODA, es la herramienta de análisis estratégico que permite analizar elementos internos y externo, del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Han De León”, el cual nos dejará saber cuáles son los factores que afectan o benefician a la entidad, el mismo fue realizado a 15 personas del área administrativa, tomando en cuenta a los médicos, enfermeras, personal técnico y administrativo.

Fortalezas:

- Equipo multidisciplinario de profesionales en su rama
- Infraestructura adecuada
- Equipo Médico adecuado
- Normas y manuales de funcionamiento
- Eficiente ejecución presupuestal
- El personal cuenta con los insumos necesarios para realizar su trabajo.

Oportunidades:

- Cobertura a nivel nacional

- Hospital reconocido como único en su género
- Atención especializada en Ortopedia, traumatología y rehabilitación

Debilidades:

- No todo el personal se identifica con la Misión y Visión del Hospital.
- Falta de recursos presupuestales
- Falta de recurso humano para ampliar cobertura
- Falta de decisión mandos medios
- Falta de médicos turnistas
- Falta de personal de información en los turnos nocturnos
- Mala atención al usuario en turnos de movilización

Amenazas:

- Nombramiento de personal no calificado
- No contar con suficiente recurso financiero
- Burocracia administrativa
- Devaluación de moneda
- Incremento de precios
- Falta de incrementos salariales

## 1.8 Análisis y Pronóstico de la Situación

Tabla 1 análisis y pronóstico de la situación

No.	VARIABLE	FORTALEZAS	DEBILIDADES
1	Cultura organizacional	El hospital cuenta con normas y manuales de funcionamiento.	Realización de talleres y charlas para sensibilizar a los trabajadores sobre la Misión y Visión a fin de lograr conciencia sobre la cultura organizacional.
2	Factor económico	Eficiente ejecución presupuestal, pero pocos recursos asignados.	Gestión de recursos financieros con entes no gubernamentales a través de planificación estructurada para despertar interés de organismos con objetivos de brindar ayuda humanitaria.
3	Alianzas	Equipo humano multidisciplinario.	Que las autoridades del hospital den a conocer a organismos internacionales el tipo de servicio que se presta en áreas especializadas para llevar a cabo acuerdos internacionales a fin de realizar actividades en áreas de salud que no se realizan por falta de recursos.
4	Desarrollo Humano	El personal cuenta con insumos para realizar el trabajo.	Talleres motivacionales y de relaciones humanas para sensibilizar al personal, para mejorar atención a pacientes y usuarios.

Fuente: propia

No.	VARIABLE	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1	Liderazgo	Atención especializada.	Capacitación específica con objetivos de mejora en el desempeño.
2	Estrategia	Cobertura a nivel nacional.	Aprovechar la cobertura y prestigio para hacer alianzas estratégicas con empresas institucionales para la obtención de equipamiento y medicamentos.

Fuente: propia

### 1.9 Factores Indirectos

**Económico:** No es un secreto que la red hospitalaria en Guatemala ha sufrido por la falta de asignación de recursos presupuestales, lo que ha hecho que el personal administrativo y médicos tengan que irse a la huelga para exigir a las autoridades mejoras salariales, equipo médico necesario, insumos de medicamentos, mejora en las instalaciones de muchos de los centros hospitalarios. Gracias a la ayuda de entidades no gubernamentales y extranjeras consistentes en equipo médico y mobiliario se han podido solventar algunos de los problemas derivados de la falta de presupuesto en Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Han De León”

**Social:** El mayor problema encontrado, es la depreciación de nuestra moneda y la subida de los precios en general, situación que afecta a nuestra sociedad en general, el dinero que ganan actualmente las familias guatemaltecas no alcanza para satisfacer sus necesidades básicas en donde ir a clínicas y hospitales privados resulta prohibitivo para muchos guatemaltecos. En el hospital se dan citas dependiendo la complejidad y severidad del caso, las citas pueden ser abiertas en estos casos, si solo se trata de seguimiento, las citas pueden ser semanales, mensuales e incluso anuales.

**Político:** Contratación de personal no calificado el cual entorpece el buen funcionamiento de la red hospitalaria; porque no se cuentan con las cualidades ni calidades que se requieren en el puesto de trabajo. Otro factor importante es la falta de voluntad política para asignar los fondos necesarios para el buen desenvolvimiento de la red hospitalaria en Guatemala. Aunque la salud es un derecho para la población Guatemalteca, se carece de recursos para una buena atención médica y hospitalaria; se ve en la necesidad de recurrir a los hospitales generales en donde muchas veces no se cuenta ni con el personal ni con los equipos necesarios para satisfacer sus necesidades.

#### *1.10 Factores Directos*

La burocracia en los trámites administrativos es uno de los factores que afecta a muchas de las entidades de gobierno, es importante la desconcentración de pacientes que no necesitan de atención médica relacionada con ortopedia, traumatología y rehabilitación, para poder atender casos concretos en las ramas correspondientes.

Solicitud de fondos suficientes que ayuden a solventar los problemas hospitalarios como contratación de personal especializado para que pueda tenerse cobertura a nivel nacional.

Falta de relación territorial entre los diferentes servicios hospitalarios, rechazo a la implementación de controles.

Ampliación de cobertura en el área de rehabilitación por no tener suficientes terapistas.

## 1.11 Determinación de Prioridades

Tabla 2 determinación de prioridades

PROBLEMA PRINCIPAL	EFFECTOS
<b>Asignación presupuestal insuficiente</b>	El presupuesto asignado es insuficiente debido a ello es imposible dar cumplimiento a la demanda de insumos necesarios para dar un mejor servicio a los pacientes, esto impide a su vez que pueda contratarse más personal que cubra necesidades específicas, <i>no se cuenta con un renglón específico para la compra de material y equipo ortopédico.</i>
CAUSAS	
<b>Cambios de gobierno</b>	Han provocado inestabilidad laboral y que muchos proyectos importantes se queden inconclusos.
<b>Falta de personal especializado en el área de rehabilitación.</b>	Hay muchos pacientes esperando ser atendidos y no puede proporcionárseles la ayuda necesaria, esto provoca grandes listas de espera y que tenga que atenderse los casos más urgentes y dejar pendientes a muchos pacientes o que sus citas sean espaciadas por falta de personal. Este factor también imposibilita dar cobertura a nivel nacional.
<b>Equipo de cocina, lavandería, ropería y rehabilitación obsoletas.</b>	Es equipo que se ha reparado en varias oportunidades se ha tratado de mantenerlos funcionando pero debido al crecimiento en la demanda de servicios hospitalarios los mismos ya no son suficientes y muchos de ellos están verdaderamente deteriorados, lo que hace que difícil brindar un servicio adecuado a sus pacientes y asilados.

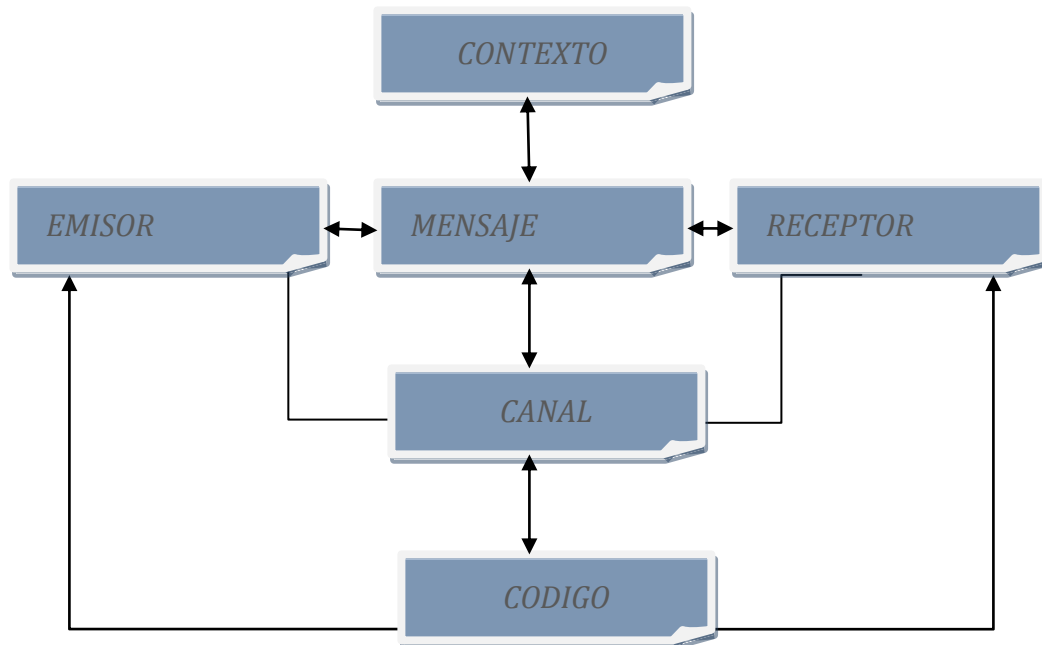
Fuente: propia

## CAPÍTULO 2

### Fundamentos Epistemológicos

*“La comunicación es la forma más importante de interacción social,  
Dorsch (1996)”*

Según el Diccionario de la Real Academia Española ([www.rae.es](http://www.rae.es)) la comunicación es la *“Transmisión de señales, mediante un código común al emisor y al receptor”*



Fuente: <http://www.educar-argentina.com.ar/SET2007/educ251.htm#.UGjo95jQek8>

Contexto: el entorno, lugar, país, edificio en donde se lleva a cabo la comunicación



Emisor: quien inicia la comunicación.

Mensaje: objeto de la comunicación.

Receptor: quien recibe la comunicación.

Canal: el medio por el cual recibe la comunicación.

Código: verbal, escrito, signos, medio físico a través del cual se recibe la comunicación.

La podemos definir como un proceso mediante el cual se intercambia información, podemos establecer compromisos, manifestar una emoción la cual puede ser en forma oral, escrita o en forma gesticular.

Gracias a la comunicación conseguimos relacionarnos con otras personas y conseguir lo deseamos o nos proponemos como meta.

Si aplicamos la comunicación al plano laboral, en nuestro caso el del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación, representa la capacidad de entregar y recibir información, que contribuya al mejor desempeño de los trabajadores, pacientes y usuarios.

*Todo comunica:* La forma verbal de comunicarse del personal hospitalario, las condiciones de orden y aseo, las instalaciones o facilidades que proporciona el hospital, sobrecarga o falta de información escrita, etc.

*“El hombre sentado en un abarrotado mostrador en un restaurante, con la mirada perdida en el vacío, o el pasajero de un avión que permanece sentado con los ojos cerrados, comunican que no desean hablar con nadie. Y sus vecinos por lo general “captan el mensaje” y responden de manera adecuado, dejándolos tranquilos.”* (Beavin Beavelas, Janeth; Jackson, Don D.; Watzlawick, Paul. 1991. p. 25)

- La relación de la comunicación con la psicología, ya que a través de ella se caracterizan a los sujetos, establecen sus problemas, determinan sus necesidades e impulsos motivacionales que hacen aceptar o rechazar un mensaje; aprovecha el análisis que se hacen a través de ella de las relaciones sociales en la comunicación personal y grupal y en general, la forma de actuar interna de los sujetos y de estos al medio social.
- La relación de la comunicación con la sociología que a través de ésta se pueden entender los impactos sociales de los mensajes y la forma en que las condiciones sociales influyen en los contenidos y formas de comunicación.
- La relación de la comunicación con la informática, que a través de ésta podemos entender la forma en que los medios comunicacionales influyen en la regulación de los procesos sociales.
- La relación de la comunicación con la Pedagogía, la comunicación se nutre de los principios didácticos para la elaboración y comprensión de los mensajes y también lo relativo con la formación de convicciones y procedimientos generales del aprendizaje a través de los medios.

### *2.1 La comunicación y la psicología*

*“En la actualidad la comunicación se apoya en la psicología para transmitir mensajes que influyan en la conducta de los individuos”*

Es la ciencia que busca medir, explicar y a veces cambiar el comportamiento de los humanos. Los psicólogos están interesados en estudiar y tratar de entender el comportamiento humano.

Aquellos que no cesan de contribuir al conocimiento del comportamiento humano, son los teóricos del aprendizaje y de la personalidad, los sociólogos, los psicólogos industriales y organizacionales.

Los primeros psicólogos industriales y organizacionales se interesaron en problemas de fatigas, aburrimiento y otros factores relevantes en las condiciones de trabajo, que pudieran impedir el eficiente rendimiento del trabajo. Estas ideas son hoy, de nuevo, la base de la psicología del trabajo. Desgraciadamente, fueron olvidadas o desatendidas durante varios siglos. Era éste considerado, casi exclusivamente, en su aspecto productivo, y aun de este aspecto sólo importaba el factor material e instrumental. La sociedad reaccionó, razonable o violentamente, contra esta situación. Diversos movimientos filosóficos, religiosos y políticos subrayaron el carácter personal y social del trabajo. La ciencia misma comenzó a aplicar sus métodos al estudio del trabajador y a descubrir que, incluso en el aspecto productivo, la consideración del factor humano es muy necesaria. Documento en Línea sitios <http://www.monografias.com/trabajos16/psicologia-industrial/psicologia-industrial.shtml>

Dentro de las teorías que se pueden utilizar en el ámbito de la comunicación y la psicología, es la teoría de las Expectativas de Víctor Vroom ampliada por Porter y Lawler. Esta teoría se enfoca principalmente en las expectativas que tienen los empleados en el reconocimiento de un trabajo bien hecho. La aplicación de ésta teoría en la comunicación nos ayuda a comprender los estímulos positivos que motivan al empleado, los cuales fueron utilizados para la redacción de los nuevos objetivos de la institución para que los mismos sean apropiados fácilmente por los trabajadores.

## *2.2 La comunicación y la Sociología*

*“Estudio de las personas en relación con sus semejantes” (Rommy Vergara)*

El estudio científico de la comunicación en el ámbito de la sociología, es bastante reciente y tiene que ver con la reacción de los grupos de personas

ante los distintos mensajes de comunicación enviados a través de los diferentes medios existentes tales como radio, televisión, prensa, revistas, verbales, etc.

Para realizar estos estudios se efectúan 3 niveles distintos, estos son:

El concepto de Semántica según el Diccionario de la Real Academia de la lengua española (2009) [www.rae.es](http://www.rae.es) indica que es el “*estudio del significado de los signos lingüísticos y de sus combinaciones. Desde un punto de vista sincrónico o diacrónico*”. Los seres humanos estamos dotados de capacidades para manejar e interpretar los signos y su significado, la lingüística permite conocer de mejor manera el funcionamiento y pautas que manejan el lenguaje.

Físico: el cual se refiere a los medios de comunicación masiva tales como: radio, televisión e impreso; es el procedimiento utilizado por el emisor para transmitir mensajes a receptores masivos a través de canales artificiales:

- Radio: utiliza códigos auditivos inmediatos.
- Televisión: combina lo auditivo es decir palabras e imágenes.
- Prensa: utiliza su soporte en el papel y en la actualidad a través de medios digitales.

El concepto de Sociocultural según el según el Diccionario de la Real Academia de la lengua española (2009) [www.rae.es](http://www.rae.es) significa “*Perteneciente o relativo al estado cultural de una sociedad o grupo social*”. Es la forma de interactuar de las personas dentro de una comunidad o sociedad tomando en cuenta sus aspectos culturales y sociales.

En el área de investigación de la sociología se puede aplicar la Teoría de Jerarquía de necesidades de Maslow y la de ERC de Alderfer, en las cuales se mencionan las necesidades insatisfechas tales como la autorrealización, estima, sociales, seguridad y fisiológicas. En el caso del Hospital Nacional de

Ortopedia y Rehabilitación esta teoría nos puede servir para analizar las necesidades existentes en los usuarios y pacientes del mismo, así como analizar a través de esta teoría las necesidades de realización del personal administrativo y médico del mencionado hospital. Esta teoría nos amplía el panorama de las situaciones emocionales y físicas de los involucrados en el estudio realizado.

Taylor define en su teoría de administración científica, como el estudio científico y planeación del trabajo que los empleados realizan para garantizar que nada sea improvisado, todo debe funcionar de manera sistemática y planificada, para asegurar el buen funcionamiento de los trabajadores.

En el proceso de investigación efectuado en el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn De León, esta teoría nos puede servir para determinar cuál será la mejor estrategia en comunicación para mejorar la relación de la planificación con la gestión del recurso humano y su compromiso con la institución en este sentido. Esta teoría aporta la máxima potenciación en el recurso humano aumentado de esta forma la eficiencia a través de los principios generales de la administración, por consiguiente una mejor comunicación entre los distintos niveles organizacionales del hospital.

### *2.3 La comunicación y la informática*

*“Es la combinación de conocimientos tecnológicos y científicos que brindan de manera automática información a través medios digitales” Cortéz, María (2002)*

En un mundo cambiante y altamente globalizado se hace necesario que la comunicación abarque un gran número de personas a las que se desea informar de manera rápida y eficaz, en la actualidad conocidas también como TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación); es el método utilizado para transmitir mensajes a través de medios digitales, internet y las

telecomunicaciones. Son un conjunto de servicios, redes, software, aparatos que tienen como fin el mejoramiento de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario. Esta innovación servirá para romper las barreras que existen entre cada uno de ellos. Documento en línea (2008) sitios [www:<http://es.scribd.com/doc/3284103/USO-DE-LAS-TICS>](http://es.scribd.com/doc/3284103/USO-DE-LAS-TICS)

Hoy en día, la información es un factor clave para el cambio de vida y de trabajo de una persona, sin estos conocimientos se hace casi imposible la realización y automatización del trabajo dentro de las instituciones, por ello las personas que desean obtener un trabajo tienen necesariamente que estar actualizadas en el uso mínimo de este recurso.

La comunicación es un factor clave para los procesos de dirección, los métodos comunicacionales dentro de las instituciones son herramientas que bien establecidos y diseñados de la manera correcta pueden verse reflejados desde simples llamadas telefónicas, formas de comportamiento, materiales impresos y múltiples instrumentos que la tecnología moderna nos proporciona, tales como tecnología de punta existente y al alcance de manera gratuita.

El más interesante es el código QR, porque puede colocarse en toda la correspondencia que maneja el hospital, en la revista, en boletines, en mantas para hacer evidente al hospital con su público externo. Asimismo involucrar al personal como parte importante de la institución con una firma electrónica que puede colocarse con facilidad en los correos de los trabajadores dando carácter institucional a todos los mensajes que se envíen con esta herramienta y el blog para intercambiar información.

## 2.4 La comunicación y la pedagogía

La pedagogía es la ciencia que tiene como objeto el estudio a la educación como fenómeno psicosocial, cultural y específicamente humano, brindándole un conjunto de bases y parámetros para analizar y estructurar la formación y los procesos de enseñanza-aprendizaje que intervienen en ella. En el caso de la comunicación la pedagogía nos ayuda a estructurar correctamente un mensaje para incidir eficazmente al público objetivo. Documento en línea sitios <http://www.monografias.com/trabajos908/mediosescuela/mediosescuela2.shtml#pedaginter>

*“La Didáctica es el campo disciplinar de la pedagogía que se ocupa de la sistematización e integración de los aspectos teóricos metodológicos del proceso de comunicación que tiene como propósito el enriquecimiento en la evolución del sujeto implicado en este proceso.*  
<http://es.scribd.com/doc/74521327/2-Definicion-de-Didactica> Dra. Nivia Álvarez Aguilar

La Teoría de la Burocracia Ideal expuesta por Max Weber, en el caso particular de los hospitales, nos puede servir para determinar las distintas funciones que a los directores les corresponde en la distribución de los recursos entre sus departamentos. Cada jefe de departamento toma decisiones sobre cómo ajustar y ordenar los recursos que se le han destinado anteriormente por el director o jefe del hospital. A su vez al personal médico y de enfermería le corresponden las decisiones sobre la manera de atender a los pacientes y el recurso en la forma en que su jefe lo ha establecido y organizado con anterioridad. Los médicos y enfermeras que laboran en la institución deben estar conformados en relación a su especialización para concluir exitosamente su función dentro de la institución.

Entrando en el campo del conocimiento se puede decir que la burocracia son los trámites o procedimientos explícitos y regularizados que se realizan aún en la actualidad en las entidades públicas y de gobierno. Los hospitales

nacionales no son la excepción, la aseveración anterior de Weber en donde reconoce que este modelo en realidad no existe se refleja en los pacientes del hospital, quienes deben esperar para ser atendidos largo tiempo y llenar una serie de formularios.

Las personas son llevadas de un lugar a otro llenando requisitos previos para ser atendidos, finalmente son atendidos y derivado de la complejidad o no de su caso se establecen citas regulares o si su caso no es considerado prioritario su próxima cita será en tres meses o más, esto hace que la comunicación sea bastante impersonal, la burocracia ideal debería simplificar los procesos de comunicación, no entorpecerlos. Estos patrones de conducta son difíciles de romper especialmente en estas instituciones tan antiguas y tan acostumbradas a ciertas normas y conductas de comportamiento, por lo que se proponen cambios mínimos en los comportamientos de las personas para asegurar en alguna medida que la comunicación sea más efectiva y un poco más parecido al modelo comunicacional que la originó.

En la propuesta comunicacional utilizaremos esta teoría para el mejoramiento de la comunicación, a través de un espacio en el internet, específicamente un blog, aprovechando su gratuidad, potenciado la visibilidad del hospital y aprovechando que este tipo de espacios permite a los visitantes dejar libremente sus opiniones sobre el material publicado en el espacio para agradecer o bien sugerir cambios en el servicio que el hospital les ha proporcionado.



## CAPÍTULO 3

### Metodología Aplicada

#### 3.1 Tipo de investigación

La metodología de investigación a utilizar es el método inductivo o inductivismo, es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

<http://definicion.de/metodo-inductivo/>

#### 3.2 Universo

El hospital cuenta 218 empleados aproximadamente, que atienden entre 50 y 100 pacientes diarios y que a su vez atienden a los asilados de la casa hogar de ancianos, que son aproximadamente 150 entre hombres y mujeres.

Distribución del capital humano

- 12 médicos especialistas
- Ocho médicos asistentes especialistas
- Dos médicos generales
- Un cirujano plástico

- Tres Rehabilitación
- Un Pediatra
- Un Cardiólogo
- Un Odontólogo
- Un Nutricionista
- Dos Médicos internistas
- Tres Anestesiólogos
- Dos Enfermeras técnicas en anestesia
- Dos Psicólogos
- Un Psiquiatra
- 83 Auxiliares de Enfermería
- 18 Enfermeras Graduadas
- 37 Personal Administrativo
- 81 Personal Operativo
- 23 Personal Técnico
- Cinco Trabajadoras Sociales
- Cinco Otras Especialidades

### *3.3. Muestra*

Con Base en los objetivos de la investigación se tomó una muestra del 28%, es decir 10 Hombres y mujeres, comprendidos entre 20 y 50 años de edad trabajadores de las distintas disciplinas (administrativos, médicos, enfermeras) del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn, y 8 pacientes hombres y mujeres, comprendidos entre 35 a 70 años, pacientes usuarios del mismo (pacientes de las clínicas y usuarios del asilo de ancianos)

### *3.4 Herramientas*

Recolección de datos a través de: Informes, manuales y presentaciones digitales, Las herramientas a utilizadas fueron: entrevistas personales, preguntas directas, encuestas, análisis FODA y observación.

#### *3.4.1 Revisión documental*

Objetivos:

- Analizar la documentación proporcionada para tener antecedentes de la institución mismos que sirvieron de base para el planteamiento de objetivos y herramientas en la investigación.
- Establecimiento de clima organizacional

Fuentes Primarias

Ayudaron a conocer la situación actual, historia, antecedentes. Son evidencia directa sobre el tema investigado, en este caso clima organizacional y comunicacional y servicios que presta el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han; entre ellas puedo mencionar:

- Documentos originales
- Presentaciones de Power Point
- Informes de labores
- Entrevistas
- Apuntes de investigación
- Fotografías

Fuentes Secundarias

Son las que interpretan y analizan las fuentes primarias. Dicho en otras palabras contienen la información de las fuentes primarias de manera organizada y sintetizada y facilitan el acceso a las fuentes primarias y a sus contenidos, las utilizadas en la presente investigación son:

- Manual de Normas Gráficas, identidad y comunicación
- Manual Institucional para benefactores y uso interno
- Manual de Sistemas de Información Gerencial e Indicadores de Gestión
- Tesis: 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. Licda. Olinda Sandoval.

### *3.4.2 Análisis FODA*

Objetivos:

- Analizar situación actual del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han
- Revisar las fortalezas y oportunidades, asimismo las amenazas y las debilidades
- Explicar e interpretar los resultados obtenidos.

Se tenía planificado realizar un taller con un grupo participativo de trabajadores del hospital, para realizar FODA, por considerarla una herramienta de análisis que nos permite conocer y examinar los aspectos tanto internos como externos de una empresa, institución, negocio, etc.

Al visitar el hospital el 14 de agosto 2012, según entrevista realizada al Dr. López, amablemente proporcionó un FODA anterior asimismo llenó un FODA, pero al realizar visita al Hospital, pude observar que hubo cambio de Director, por lo que solicité autorización a las nuevas autoridades, para poder encuestar y realizar al mismo tiempo el FODA, las copias de las herramientas se entregaron al nuevo Director, quien autorizó que se hiciera un recorrido

por las instalaciones del hospital, con la compañía de una secretaria quien informó departamento por departamento que se trataba de una estudiante de Comunicación y que solicitaba la colaboración para llenar tanto la encuesta como el FODA. Ya no pudo realizarse el taller como se tenía planificado con el anterior Director. Por la dinámica de trabajo en la que se desenvuelve el hospital y con los cambios administrativos antes mencionados se adecuó cómo fue posible ambas herramientas.

Durante el trayecto se dejaron las mismas, observando la reacción tanto del personal como de los usuarios y pacientes.

Muchas encuestas fueron devueltas en blanco al igual que el FODA, muchos expresaron que no querían problemas ni represalias y que preferían no llenar las herramientas antes mencionadas, finalmente logré que 10 personas llenaran la encuesta y algunas cuantas llenaron el FODA. Con los datos recolectados se hicieron las comparaciones necesarias por medio de un cruce de información.

De lo anterior pude tomar en consideración, la reserva y temor que el personal demostró al recibir la encuesta, situación que se deriva del cambio de autoridades, lo que originó de alguna manera que el personal se sintiera intimidado o tal vez indagado en cuanto a la realización de sus tareas. (Ver anexo No. 1)

### *3.4.3 Entrevista*

La entrevista es una herramienta que tiene como finalidad la obtención de opiniones e información, la misma fue realizada en forma personal, con el Director anterior, Dr. Ader Guillermo López, se hizo por escrito y luego se aclararon dudas, de manera verbal concretamente en los temas de comunicación, funcionamiento y quehacer del hospital. Derivado de lo anterior se establecieron los objetivos siguientes:

- Socialización de nuevo logotipo.
- Manual de convivencia para el personal.
- Estrategia de comunicación interna y externa.
- Reestructuración de misión y visión en forma resumida y ampliación de proyección a futuro.
- Elaboración de objetivos General y Específico del hospital.

Las preguntas fueron por escrito y otras surgieron en el transcurso de la entrevista. No tuve la oportunidad de platicar mucho con el nuevo Director, solo expreso que tenía conocimiento del trabajo que se estaba realizando y que comprendía que era para beneficio del hospital y que no tenía inconveniente en que continuara con el trabajo que se había iniciado con el anterior Director. Por lo que se dará continuidad al programa que ya se había preparado siempre con el aval de las nuevas autoridades. (Ver anexo No. 2)

#### *3.4.4 Cuestionarios*

Objetivos:

- Identificar formas de comunicación interna y externa.
- Determinar clima organizacional.
- Describir funcionamiento del hospital.

Los cuestionarios o encuestas son también una herramienta importante, que permite la recolección de datos de manera inmediata, las preguntas fueron cerradas, algunas con una variante, para que ampliaran la información, se realizaron al interno con la colaboración de 10 personal del hospital y 8 al externo con pacientes y usuarios, todas las preguntas dirigidas al clima organizacional y comunicacional. Ambas ayudaron a ampliar el panorama de la situación y permite realizar estadísticas para hacer las comparaciones. (Ver anexo No. 3 y 4)

### *3.5 Método de Análisis*

La técnica de análisis a utilizar es cualitativa porque consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe.

También es de cuantitativa porque se examinaron los datos numéricos, con ayuda del campo de la estadística.

Instrumentos de la investigación cualitativa:

Entrevistas

Observación de casos

Fotografías

Instrumentos de la investigación cuantitativa:

Cuestionarios

Luego de recolectar los datos a través de preguntas se realizaron las estadísticas, por medio de ellas se ejecutó el cotejo y deducciones necesarias, para poder determinar el clima organizacional, formas de comunicación tanto de lo interno como de lo externo las mismas fueron realizadas con el programa de Excel.

## CAPÍTULO 4

### Diagnóstico Comunicacional

#### *4.1 Comunicación Interna*

Palabras clave:

Comunicación: El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje.

<http://definicion.de/comunicacion/>

Comunicación Interna: Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

<http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>

De conformidad con entrevista realizada el 14 de agosto de 2012, al Director del hospital, Dr. Ader Guillermo López, quien indicó que se creó un Departamento de Atención al Público pero que consideraba que este no es en sí un Departamento de Comunicación, y que tampoco contaban con una estrategia de comunicación.

Lo anterior por factor económico, pero considera que tener una estrategia de comunicación sería de suma importancia para la institución tanto interna como externamente. Algunos de los factores que podrían mejorarse estableciendo una estrategia serían:



Internamente:

- Romper departamentos estancados respecto a actividades aparentemente independientes, pero que hacen que se bloqueen entre sí.
- Permitirle a cada uno expresarse ante la dirección general, y esto cualquiera que sea su posición en la escala jerárquica de la organización.
- Construir una identidad de la institución en un clima de confianza y motivación.

Externamente:

- Profundizar en el conocimiento de la institución como entidad.
- Hacer públicos los logros conseguidos por el hospital.

Medios para dar sugerencias de cambio:

- Manual Institucional para benefactores y uso interno
- Nuevo logotipo
- Manual de normas gráficas
- Oficina de atención al usuario

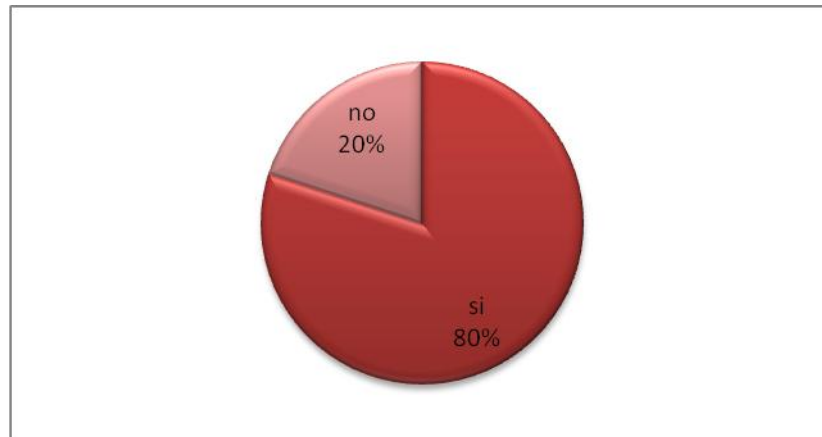
#### *4.1.2 Prácticas de Comunicación del Líder*

La comunicación descendente, es decir la forma en la que se comunican los jefes y mandos medios con sus subalternos. En la entrevista realizada con el Doctor Ader López, Director del Hospital, nos indica que la comunicación en general es buena con todo el personal que forma parte del hospital, la misma se realiza en algunos casos verbalmente, con memos, cartas, oficios y con correo electrónico.

Se efectuó una encuesta a 10 personas que forman parte del personal del hospital, de los distintos departamentos, el 80% de los encuestados que es una gran mayoría respondió que reciben instrucciones claras para

desempeñar sus labores y un 20% respondió que no. De lo anterior se puede deducir que la comunicación es buena en general y también que puede mejorarse para alcanzar el 100%.

Figura 4 ¿Las instrucciones son claras?



Fuente: Propia

#### *4.1.3 Comunicación del Personal*

La comunicación ascendente, es la que se da entre el personal y las jefaturas, al entrevistar al Doctor López, comentó que es una Dirección de puertas abiertas, el personal puede entrar en cualquier momento para expresar sus necesidades relacionadas con el trabajo, se considera buena en general; lo que puede constatarse con la encuesta realizada al personal. Esto fue con el Director anterior, pero al llegar a realizar las encuestas con el personal, puede observar que por motivos políticos hubo cambio de Dirección, y la percepción que tuve fue de temor, ya que esperaba poder encuestar un mayor número de personal y muchos de ellos manifestaron que no la llenaban porque no querían problemas, se explicó que estos resultados eran para establecer el clima organizacional, aun así no recibieron la

encuesta, otros la recibieron y luego la devolvieron en blanco, y expresaron que estaban muy ocupados que mejor las utilizara para otra persona.

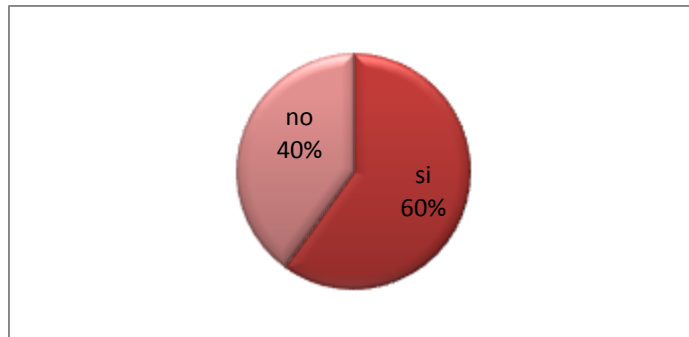
A continuación podemos observar que el 60% de los encuestados indicó que sabe cuáles son las metas a alcanzar en el presente año, no así el 40%, esto nos indica que no todos tienen bien definidas las metas y que se limitan a hacer su trabajo, puede decirse entonces que la comunicación en general está bien pero no por completo, situación que podría mejorarse si los empleados se sintieran con la confianza necesaria para expresarse en completa libertad.

Figura 3 Realización de encuesta al personal administrativo del hospital



Fuente: Propia

FIGURA 4 ¿Sabe usted cuáles son las metas a ser alcanzadas en este año?

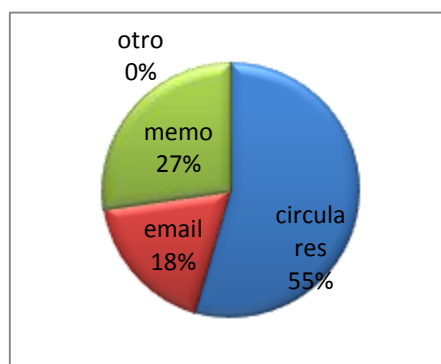


Fuente: Propia

Como en todas las entidades las instrucciones que se dan no siempre llegan claramente, se ha tratado de evitar el rumor pero, este tipo de comunicación siempre se da, para evitar este tipo de problemas se hace necesaria la utilización de memorándum internos, cartas, memos, correo, etc. para que las instrucciones sean claras entre departamentos.

El 55% de empleados consideran que el medio más práctico para recibir instrucciones son las circulares, el 27% expresa que a través de memorándums y el 18% por medio de e-mail.

Figura 5 ¿Qué medios considera más prácticos para recibir instrucciones?



Fuente: Propia

Puedo agregar según lo observado durante el recorrido efectuado en las instalaciones del hospital que no todos los departamentos cuentan con una

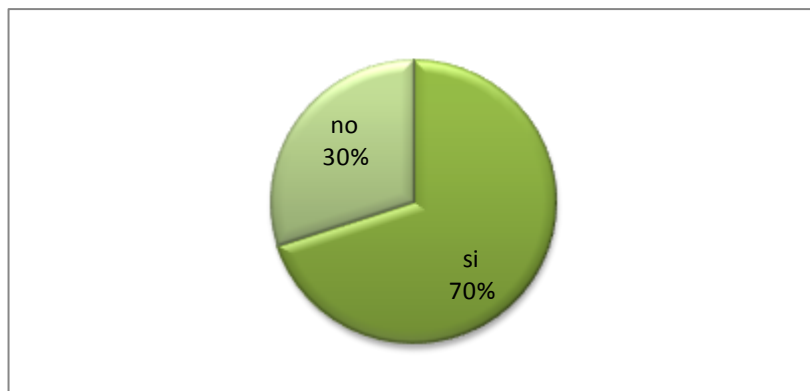
computadora en su lugar de trabajo, y que la manera más práctica entonces es por escrito.

#### 4.1.4 Comunicación en el equipo

La comunicación horizontal es la que se da entre los compañeros de trabajo, según la investigación realizada y de encuesta se pudo constatar que la misma se efectúa de manera bastante buena, porque los compañeros se conocen entre sí, durante la visita al hospital pude observar que todos conocían a la señorita que me acompañó a hacer el recorrido, todos la conocían por su nombre y se desenvolvían en un clima agradable y cordial entre compañeros, una de las preguntas que más identifica este factor es la siguiente: ¿Conoce a sus compañeros de labores? Y todos los encuestados, es decir el 100% coincidieron en que se conocen entre ellos y entre los departamentos.

Otra pregunta que me pareció importante en relación al tema es saber si el personal conoce realmente la nueva oficina de atención al usuario, el 70% dijo que si y el 30% expresó que no, lo que indica que no todos los trabajadores saben de la existencia de este departamento.

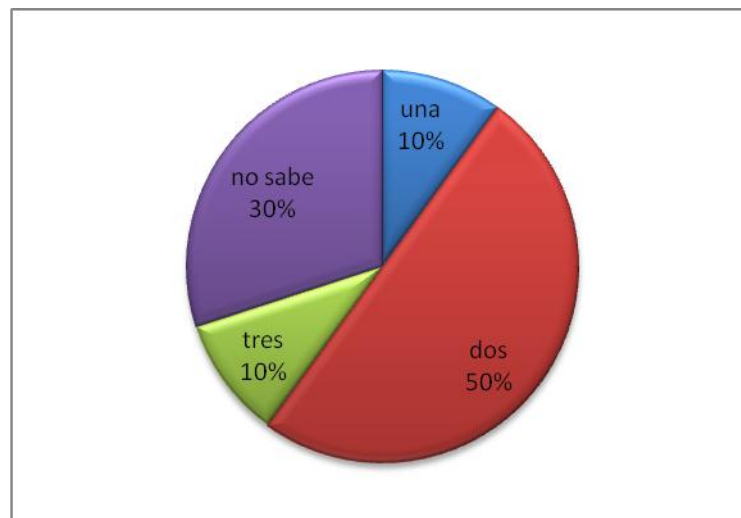
Figura 6 ¿El Hospital cuenta con una oficina que atienda a los usuarios?



Fuente: Propia

Es una oficina nueva, y al parecer no todos los trabajadores saben exactamente si se trata de atención al usuario o una oficina o departamento de comunicación propiamente como lo podemos observar con anterioridad, de la misma manera, no identifican exactamente cuántas personas integran esta oficina el 50% expresaron que son dos, el 10% que una, el 30% no saben, y el 10% que tres, lo que hace ver mucha ambigüedad, no saben exactamente cuántas personas hay en ese departamento.

Figura 7 En caso de contar con uno, ¿Cuántas personas lo integran?



Fuente: Propia

Otras actividades:

Talleres de capacitación y docencia, cada departamento cuenta con un encargado de docencia, talleres entre médicos para evaluar resultados de pacientes.

Capacitaciones al personal sobre relaciones humanas, trato a pacientes, etc.

Se tiene apertura para atender al sindicato del hospital, estableciendo pláticas y cabildeo para tener acuerdos mínimos que beneficien a la entidad y a los empleados.

## Comunicación de crisis

Se ha dado entre sindicato de trabajadores cuando se ha llegado a acuerdos con el mismo y luego ellos reciben la intervención de otros sindicatos como por ejemplo Sindicato de Trabajadores del Hospital San Juan de Dios, esto ha provocado problemas y desacuerdos.

Cuando la información que se da a las jefaturas y mandos medios de manera verbal, la misma no se traslada adecuadamente y la información llega distorsionada a los empleados, lo que obliga a necesariamente trasladar la información por escrito para que las instrucciones lleguen de la manera correcta.

Situaciones de emergencia nacional, en donde no se cuenta con una estrategia de planificación de comunicación en crisis permanente, sino que la misma tiene que atenderse o elaborarse mientras se suscita la emergencia.

### *4.2 Análisis de la Comunicación Externa*

La primera persona con quien se tiene contacto en el hospital es con el policía que se encuentra en la entrada y quien reparte los números para los pacientes que van a consulta, para evitar una mala información el hospital recientemente ha creado una oficina denominada información al usuario, el personal que está contratado en estas oficinas entra antes que el resto del personal con la finalidad de que los usuarios y pacientes obtengan la ayuda necesaria e información fidedigna en los trámites hospitalarios y de laboratorio, clínicas, consultas, etc.

Como toda entidad de gobierno hay problemas engorrosos por la burocracia que se maneja internamente inclusive entre departamento y departamento, situación que en muchos casos causa molestias y retrasos entre usuarios y servicios hospitalarios.

Otra situación que se observa es que debido a que es un hospital único en su género por el tipo de especialización que realiza, hay muchos casos que tienen que referirse a otros hospitales porque en el hospital se deben atender casos específicos relacionados con problemas locomotores, ortopedia, traumatología y rehabilitación.

#### *4.2.1 Comunicación Externa Operativa*

Existe comunicación interinstitucional a través de red de informática con hospitales, la misma se hizo bajo la gestión financiera del BID.

Página de internet en construcción para dar mayor cobertura al Hospital.

##### ➤ Relaciones de comunicación con los clientes

Pacientes pasan a consulta y se les da seguimiento a través de un carnet de consulta de citas y darle seguimiento a su caso y encontrar su expediente; dependiendo la severidad de cada caso las citas pueden ser espaciadas, abiertas, quincenales o bien de cuatro a seis meses para evaluación de rutina o bien cada año.

Con los proveedores a través de entregas parciales o totales de productos, se hace a vía telefónica o por internet para el establecimiento de formas de pago.

##### ➤ Relaciones con instituciones gubernamentales

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación por ser un ente nacional depende directamente del Ministerio de Salud de conformidad con Acuerdo Gubernativo No. 115-99.

Otros entes relacionados:

- Ministerio de Gobernación
- Procuraduría General de la Nación



- Ministerio de Salud
- Ministerio de Trabajo
- INE (Estadísticas de mortalidad e informe de movilidad del asilo)
- INACIF
- Procuraduría de Derechos Humanos
- Servicio Civil
- Corte de Constitucionalidad
- Juzgado de Trabajo
- SOSEP

#### *4.3 Relaciones con entes autónomos*

Recepción de estudiantes practicantes de pregrado de las facultades de Ingeniería, Escuela de Nutrición de la Facultad de Ciencias Químicas y Farmacia, Psicología, Medicina, Escuela de Enfermería y algunas otras especialidades como Ciencias de la Comunicación y Diseño Gráfico; entre otros, de las siguientes Universidades:

Universidad de San Carlos de Guatemala

Universidad Mariano Gálvez

Universidad Rafael Landívar

##### *4.3.1 Relaciones con otras organizaciones empresariales*

Proveedores, ONG's, Portuaria Quetzal, Entidades Internacionales, Empresas particulares que proveen de insumos a la institución y a través de donaciones proporcionan equipamiento médico y farmacéutico.

##### *4.3.2 Relaciones con los medios de comunicación*

Cabe mencionar que el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn, no tiene planificada una estrategia de Comunicación con los medios, esta surge conforme lo amerita la situación nacional y por ende se hace noticia entre los medios radiales, escritos y televisivos, quienes

coordinan un enlace entre el hospital y medios de comunicación para difundir temas de interés actuales, relacionados con el sector salud.

Se hizo enlace con las siguientes radios difusoras:

- TGW
- ESTRELLA
- CONSTELACIÓN

Se invita a un personero del hospital que puede ser el Director, o bien un médico especialista en las ramas de Traumatología, Ortopedia, Fisioterapeuta y Nutricionista; se hacen preguntas directas entre radioescuchas y enlace invitado, con el objetivo brindar información a la población sobre las especialidades antes mencionadas; se logra comunicación entre emisor y receptor, despejando sus dudas, la cual es una modalidad frecuente dentro de nuestra cultura guatemalteca tanto en la radio como en los medios televisivos.

En algunos casos se han dado entrevistas a los periódicos nacionales, para informar sobre donaciones recibidas por ONG's, entidades privadas, o bien organizaciones internacionales.

#### *4.4 Comunicación Corporativa*

Palabras clave:

Comunicación Corporativa: La Comunicación Corporativa es el conjunto de mensajes que una institución proyecta a un público determinado a fin de dar a conocer su misión, visión y objetivos para lograr establecer una empatía entre los mismos. La comunicación corporativa está compuesta por elementos internos y externos, para proyectar una imagen de manera efectiva.

Identidad: Conjunto de características, datos o informaciones que son propias de una persona o un grupo y que permiten diferenciarlos del resto.

<http://es.thefreedictionary.com/identidad>

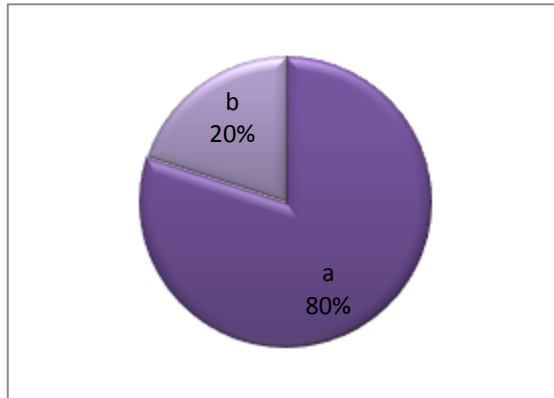
Imagen: Representación material, en forma de estatua, pintura, fotografía, etc. de una cosa o persona. <http://es.thefreedictionary.com/imagen>

Tomando en cuenta que la Comunicación Corporativa tiene que ver con la Misión, Visión y Objetivos con los que se proyecta al hospital tanto interna como externamente, asimismo se realizó una entrevista personal al Director del Hospital, Dr. Ader Guillermo López, quien indicó que el hospital no tiene objetivos y que sería importante implementarlos, ya que los mismos se realizaban dependiendo la actividad que se desarrollara en el momento.

En la encuesta que se realizó a 10 trabajadores del hospital, es decir el 100% de los encuestados indicaron que si se identifican y conocen la Misión y Visión del hospital y la toman en cuenta para realizar su trabajo.

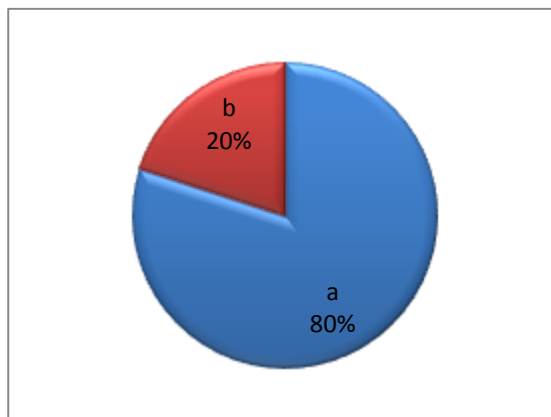
Se colocaron en el inciso a) la misión y visión verdaderas del hospital y en el inciso b) una misión y visión de otros hospitales, pude observar que más de la mitad de los encuestados conoce, identifica y toman en cuenta la Misión y Visión para realizar su trabajo. Lo cual quedó expresado de la manera siguiente el 80% identificó correctamente la Misión y Visión y el 20% no las identifica.

Figura 8 Favor de subrayar la Misión con la que se identifica.



Fuente: Propia

Figura 9 Favor de subrayar la Visión con la que se identifica.



Fuente: Propia

**4.4.1. Identidad Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn:**

Institución altruista que se dedica a que buscar el bien de las personas afectadas por su sistema locomotor sin distinción alguna, pero principalmente personas de escasos recursos en las especialidades de ortopedia, traumatología y rehabilitación, tanto de adultos, adultos mayores y niños. En

Guatemala es el único hospital de especialidades en traumatología y ortopedia, con cobertura a nivel nacional.

Durante la visita realizada al hospital, permitieron hacer un recorrido a las instalaciones de todo el hospital, pude observar que en las instalaciones del hospital funcionan también un asilo de ancianos un área para hombres y otra de mujeres, observé que están bien atendidos, áreas completamente limpias, y un trato personalizado, acorde con la misión y visión que tiene el hospital.

FIGURA 10 Tejedora asilo ancianos área mujeres



Fuente: Propia

FIGURA 11 Tomando el sol asilo de ancianos



Fuente: Propia

FIGURA 12 Nuevo comedor área hombres asilo ancianos



Fuente: Propia

FIGURA 13 Comedor área mujeres asilo



Fuente: Propia

#### *4.4.2 Logotipo:*

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han De León, ha utilizado como logotipo durante muchos años la imagen del Niño de Praga, pero para tener una identidad más significativa y acorde con el quehacer del hospital, asimismo se pensó en no herir susceptibilidades, ni mezclar religión, se solicitó a una estudiante que realiza su ejercicio profesional supervisado -EPS- de Diseño Gráfico, que realizara una propuesta, que luego fue consensuada con el Comité ejecutivo del Hospital, el cual está conformado por: Director, Sub Director, Jefe de Médicos, Jefe de Enfermería, Recursos Humanos.

Previo a darlo a conocer oficialmente se encuentra en el Ministerio de Salud para su aprobación final, este logo está trabajado en color verde puede utilizarse en un momento dado, según el manual de normas gráficas, pero el color oficial es el azul, clasificado como color frío, que sugiere fortaleza,

seguridad y conocimiento; el verde tiene una fuerte afinidad con la naturaleza y nos conecta con ella, nos hace tener empatía nos crea un sentimiento de confort y relajación, de calma y paz interior, que nos hace sentir equilibrados interiormente.



#### 4.4.3 Imagotipo:



Este es imagotipo porque está compuesto tanto de imagen como de letras que identifican a la institución.

#### 4.4.4 Otros rasgos de homogenización.

Código Icónico: Relacionado con la forma.





Es la representación gráfica del logotipo, en este caso se pensó en un árbol porque este caracteriza el logo de la ortopedia, el pequeño en representación de los niños, el siguiente es un árbol que tiene problemas para crecer erguido el siguiente es un árbol restablecido y por último un árbol que se encuentra en la etapa final de su vida. Significativo por el trabajo que el hospital realiza con niños, adultos y adultos mayores, identificando de esta manera sus funciones y etapas de la vida.<sup>2</sup>











Otras versiones permitidas para uso del logotipo:












Código cromático: Relacionado con el color

La psicología del color es un campo de estudio dedicado a analizar el efecto del color en la percepción y la conducta humana. Sin embargo, en un sentido más amplio, el estudio de la percepción de los colores constituye una consideración habitual en el diseño arquitectónico, la moda, la señalética y el arte. Según la psicología del color el azules un color fresco, tranquilizante y se le asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente.

Colores institucionales del hospital:

<b>RGB</b>		
	R 0 G 139 B 191	R 24 G 54 B 105
<hr/>		
<b>CMYK COATED</b>		
	C 86 M 0 Y 0 K 30 C	C 100 M 45 Y 0 K 49 C
<hr/>		
<b>CMYK UNCOATED</b>		
	C 87 M 0 Y 0 K 10 U	C 100 M 45 Y 0 K 36 U
<hr/>		
<b>PANTONE SOLID COATED</b>		
	PANTONE 2925 C	PANTONE 2945 C
<hr/>		
<b>PANTONE SOLID UNCOATED</b>		
	PANTONE 2915 U	PANTONE 2935 U

<b>RGB</b>		
	R 43 G 182 B 115	R 0 G 75 B 42
<b>CMYK COATED</b>		
	C 63 M 0 Y 58 K 6 C	C 100 M 0 Y 94 K 48 C
<b>CMYK UNCOATED</b>		
	C 50 M 0 Y 45 K 0 U	C 100 M 0 Y 90 K 32 U
<b>PANTONE SOLID COATED</b>		
	PANTONE 3385 C	PANTONE 3425 C
<b>PANTONE SOLID UNCOATED</b>		
	PANTONE 3385 U	PANTONE 3425 U

Código Lingüístico: Relacionado con la letra.

Es el estudio científico del lenguaje, que combinado con las reglas gramaticales, permite la elaboración de mensajes. Es la combinación del concepto y de la imagen; el emisor y el receptor deben utilizar el mismo código para que la comunicación sea posible.

Tesis Carmen Elizabeth Cuevas págs. 28 y 29

**HOSPITAL NACIONAL DE  
ORTOPEDIA Y REHABILITACIÓN**  
DR. J O R G E V O N A H N

## Tipografía corporativa:

Trajan Pro Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Trajan Pro Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt  
Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0123456789

Las instituciones de gobierno deben ir acompañadas por el logotipo oficial en toda su papelería y propaganda oficiales.



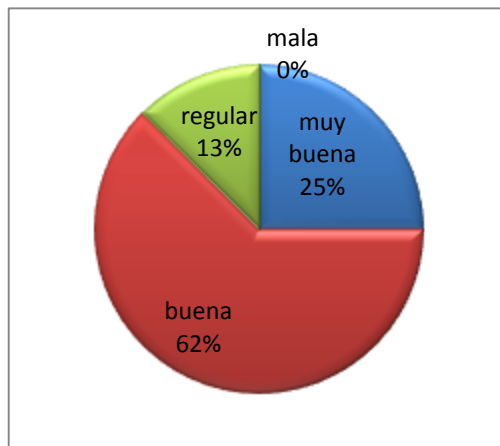
### 4.4.5 Imagen

Se refiere a cómo se percibe una institución. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una institución "significa". La creación de una imagen corporativa es un ejercicio en la dirección de la percepción. Es creada sobre todo por los expertos de relaciones públicas, utilizando principalmente campañas comunicacionales, plataformas web (páginas web, redes sociales) y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público, en relación con este tema el hospital como se mencionó con anterioridad no cuenta con presupuesto para realizar publicidad pero se le dio espacio en algunas radios en donde se daba a conocer.

Los resultados de la investigación demuestran que a pesar que no se cuenta con recursos para propaganda ni publicidad, las personas conocen y tienen una buena imagen del hospital, como se puede constatar con los resultados de la encuesta externa:

De los encuestados el 65% manifestó que la forma que el hospital utiliza para comunicarse con la población es buena, el 25% que es muy buena, el 13% que es regular y el 0% que la considera mala, de lo anterior entonces podemos determinar que en general la comunicación de adentro hacia afuera es bastante buena a pesar que no se cuenta con recursos suficientes para dar a conocer el hospital.

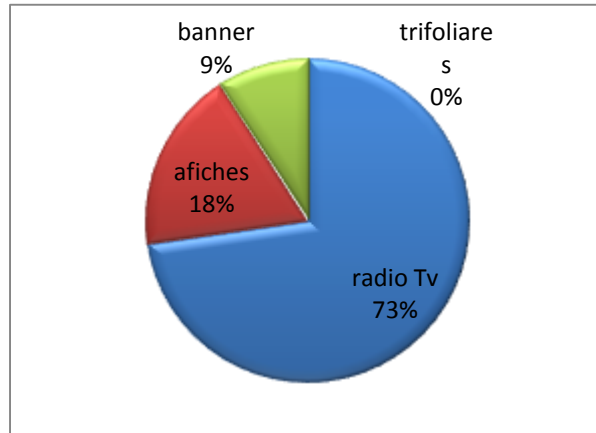
Figura 14 ¿Cómo considera que ha sido la comunicación del Hospital para dar a conocer los servicios de salud que brinda a la población?



Fuente: Propia

En la encuesta se solicitó a los usuarios que sugirieran el medio sugerían para que el hospital diera a conocer sus servicios y/o actividades, y el resultado fue en su mayoría 73% la Radio y la TV, afiches el 18%, banners 9% y el 0% con trifoliales.

Figura 15 ¿Qué medios sugiere que el Hospital emplee para dar a conocer al público sus actividades?



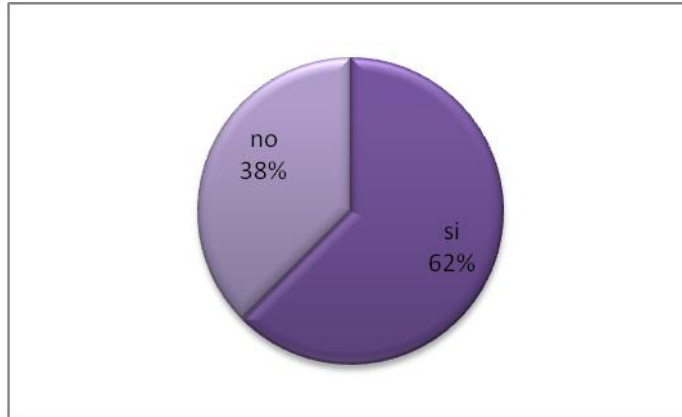
Fuente: Propia

#### 4.6 Reputación

El Hospital fue creado para atender una sola disciplina médica, pero ha sido combinado con la Ortopedia con la atención de casos de traumatología y Rehabilitación el cual tiene cobertura a nivel nacional, por lo que está considerado como único en su género.

El 100% de los usuarios encuestados manifestó que en la oficina de atención al usuario se le atendió muy bien, aunque este resultado parece un poco contradictorio, porque en ese mismo cuestionario el 62% expresó que si conocen la estación de información y un 38% dijo que no saben sobre la existencia de dicha estación de información. Supongo que podrían estar confundiendo servicio con información.

Figura 16 ¿Existen una estación de información en el Hospital



Fuente: propia

#### 4.6.1 Propaganda

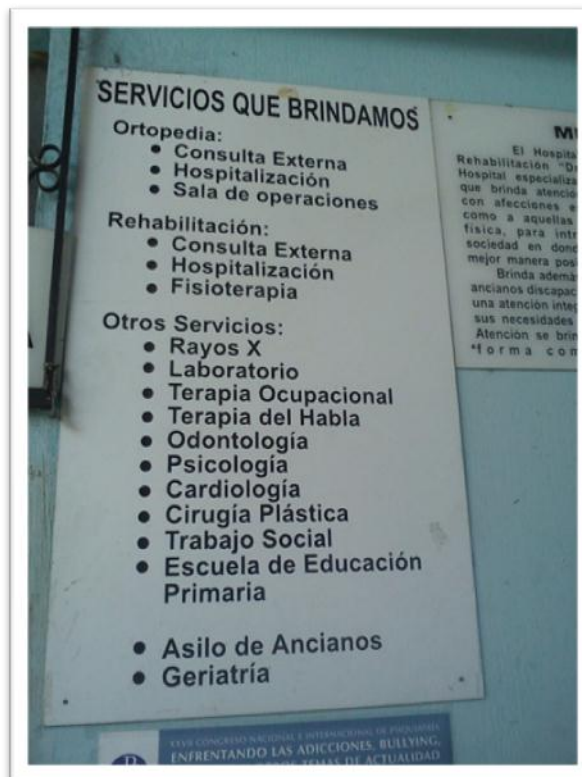
Las entidades de gobierno no tienen un reglón presupuestal destinado a realizar propaganda, su labor es de tipo social además es institución gubernamental y no comercial, se observaron varias mantas en donde informan a los usuarios sobre servicios, derechos del paciente, horarios de atención, por lo que se preguntó a una de las secretarias de administración cómo es que existían esas mantas, y expresó que por medio de donaciones de distintas entidades y estudiantes se ha logrado colocar este tipo de información en el hospital.

Figura 17 Mantas informativas servicios hospitalarios



Fuente: Propia

Figura 18 Servicios hospitalarios



Fuente: Propia



#### 4.6.2 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La responsabilidad social corporativa (RSC), también llamada responsabilidad social empresarial (R.S.E.), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. Va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn, tiene como responsabilidad social el tratamiento y seguimiento que se les brinda a las personas que padecen enfermedades congénitas degenerativas o adquiridas y su rehabilitación, especialmente a las personas que no poseen recursos suficientes para tener este tipo de tratamiento especializado.

Figura 19 Área tratamiento faciales



Fuente: Propia

FIGURA 20 Área terapia infantil



Fuente: Propia

FIGURA 21 Área de Rehabilitación



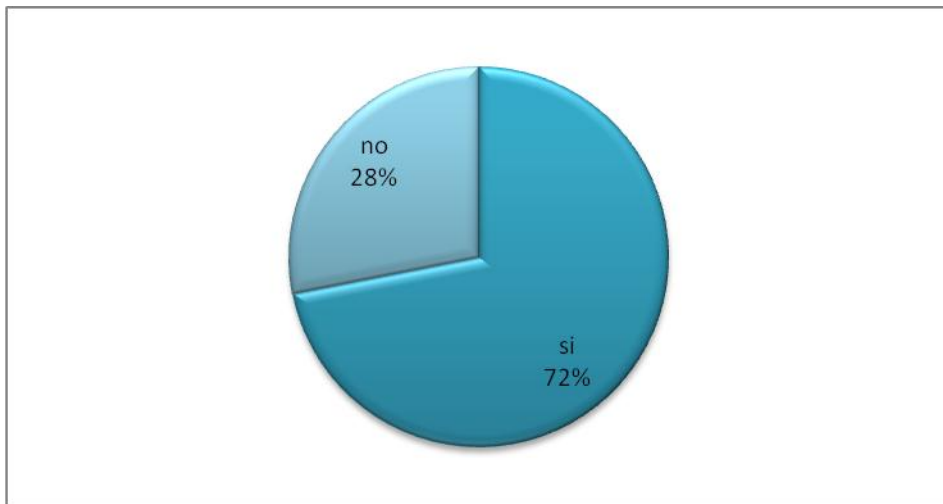
Fuente: Propia

#### 4.6.3 Señalética

El hospital cuenta con señalización, pero algunas ya no corresponden o están hechas a mano, dentro de las instalaciones del hospital se encuentra funcionando una farmacia externa y a través de ella se hizo la gestión con ASOFARMA, que es el patronato de farmacias externas quienes harán la donación de la señalización correspondiente. A los usuarios se les preguntó si existían en el hospital salidas de emergencia y el 100% contestó que sí.

De la misma manera se les solicitó que indicaran si existían carteles informativos que les hicieran saber a dónde dirigirse en relación con los servicios hospitalarios. El 28% dijo que no y el 72% indicó que sí.

Figura 22 ¿Existen carteles informativos donde le indique a donde debe dirigirse para realizar el servicio solicitado en el Hospital?



Fuente: Propia

Figura 23 Señalización gradas



Fuente: Propia

Figura 24 Señalización clínicas



Fuente: Propia

Figura 25 Señalización laboratorio y consulta externa



Fuente: Propia

## CAPÍTULO 5

### **Propuesta de Estrategia de Comunicación Organizacional**

#### *5.1 Justificación*

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn”, fue creado concretamente para proporcionar atención en una sola disciplina médica, pero esta se ha combinado con la Ortopedia y la Traumatología, tiene cobertura a nivel nacional.

*Está clasificado como Hospital Especializado, de IV nivel o de referencia, que conjuga en su planta física varias disciplinas de atención médica, a pesar de la importancia que tiene el hospital no cuenta con el recurso necesario para comunicarse de forma más efectiva tanto en lo interno como en lo externo, lo cual afecta en desinformación y poca identidad del personal con la institución.*

Tomando en cuenta la situación anterior se contempla la identificación de las personas hacia quienes va dirigida la estrategia para la realización del material de apoyo y fortalecimiento para persuadir y solventar en alguna medida el problema comunicacional existente.

#### *5.2 Objetivos de la Comunicación de la Estrategia*

##### **5.2.1 General**

Proporcionar las bases para plantear las líneas de acción necesarias en la comunicación interna y externa del Hospital Nacional de Ortopedia y

Rehabilitación Dr. Jorge Von Han De León, que fomenten una cultura de colaboración, aprendizaje y sentido de responsabilidad, como miembros activos de la institución; manejando un proceso de intercambio de información, ideas y pensamientos disponiendo de símbolos de comunicación conocidos por todo el personal.

### 5.2.2 Específicos

- Reforzar los elementos que justifican la gestión comunicacional en el hospital, para mejorar la relación entre jefaturas y subalternos en forma bidireccional, basada en el principio de escucha activa, sincera, honesta, inteligente y concreta.
- Proveer material de apoyo que fortalezca y sensibilice al personal en el tema de la comunicación interna y externa, debido a la importancia de la misma constituyendo una ventaja institucional.
- Visibilizar el hospital ante su público externo en general, usuarios y pacientes del exterior que tienen necesidad de atención hospitalaria, en la especialidad de ortopedia y traumatología.

### 5.3 Propuesta Productos

A continuación se presentan los productos que contienen las características, objetivos y planteamientos que forman parte de la estrategia de Comunicación del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han De León, para mejorar la comunicación tanto a nivel interno y externo. Todos los materiales propuestos al interno y externo fueron realizados con la misma línea gráfica.

### *5.3.1 Producto uno: Manual de Convivencia*

#### Problema:

Derivado del problema en la comunicación ascendente entre subalternos y jefaturas, detectado el día que se encuestó al personal. Se pensó en la elaboración de un manual de convivencia que facilite la comunicación entre ambas partes, ya que por el momento solo se practica la comunicación descendente por medio de cartas, memorándum, circulares, memos y notas de envío, se detectó que a pesar que la comunicación descendente no es mala en la institución, tampoco es la forma idónea para lograr la integración y trabajo en equipo, garantizando mejores resultados.

#### Objetivo: Manual

Servir de material de consulta y reflexión permanente para promover normas y maneras de comportamiento que mejoren significativamente la comunicación y el clima organizacional de la institución. En la actualidad la comunicación es un factor clave y un aliado importante que contribuye al logro de metas y objetivos, reduciendo la posibilidad de salidas incontroladas de información, mejorando la interrelación humana que ocurre dentro de la institución.

#### Tipo de mensaje: Sensibilización

Los mensajes de sensibilización utilizan argumentos moviendo los sentimientos, cambiando actitudes y haciendo uso del convencimiento, logrando un ambiente de cooperación y solidaridad. La persuasión utiliza la razón para mover el pensamiento colectivo hacia determinadas acciones.

Público: Interno (personal del hospital)

Hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 55 años de edad, trabajadores del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han de León.

Descripción del producto uno: Manual de Convivencia

Contiene normas, derechos, valores que propician un cambio comunicacional entre jefes y subalternos. El presente manual tiene como finalidad reforzar e impulsar la convivencia y valores que refuercen la confianza mutua, solucionando los problemas existentes en la institución. El presente manual consta de 15 páginas aproximadamente con los siguientes

Temas:

- Evitar posturas negativas
- Actitudes y comportamientos
- Actitudes positivas
- Comportamiento en la oficina
- Uso de salón de sesiones
- Comunicación de puertas abiertas
- Comportamiento con compañeros de trabajo
- Evitar la crítica
- Manejo de situaciones de crisis

Esta propuesta se contempló para ser implementada a largo plazo por razones burocráticas propias de las instancias de gobierno, ya que se requiere de un proceso de aprobación por parte del Ministerio de Salud, de quien depende la red nacional hospitalaria, previo a ser implementado en la institución.



Producto:



Carátula

# INTRODUCCIÓN

El presente manual es una compilación que tiene como finalidad promover lazos de comunicación entre la Gerencia, mandos medios y personal del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn De León, a través de normas y derechos de los trabajadores.

La sensibilización es un proceso de facilitación, meditación y concientización del personal hacia el cambio de tal manera que se trabaje en un clima favorable tanto de las jefaturas como de los subalternos.



1

## MARCO DEL HOSPITAL

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn de León”, inició sus actividades como Asilo y como Centro de Recuperación, siendo un lugar de convalecencia en múltiples padecimientos, desde el año 1905.

Una de las principales características del Hospital es la atención que se les brinda a los pacientes discapacitados, a los adultos mayores, de tal manera que se distingue del resto de hospitales que conforman la red hospitalaria del país.

### Misión

“El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn De León” es un Hospital especializado y de referencia nacional que brinda atención de calidad a las personas, sin discriminación, con afecciones en el aparato locomotor, así como a aquellas que necesitan rehabilitación física, para incorporarlas nuevamente a la sociedad, en donde puedan desenvolverse de la mejor manera posible, según el logro de la misma.

Brinda además alojamiento a pacientes asilados, y a ancianos discapacitados, a quienes se les proporciona una atención integral que les permite satisfacer todas sus necesidades y llevar una vida en familia. La atención se brinda sin discriminación alguna y en forma completamente gratuita.

# MARCO DEL HOSPITAL

## Visión

El Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn De León”, aumentará su cobertura año con año, brindando una atención integral y gracias al esfuerzo sostenido y disciplinado de todo su personal, brindara cada año un servicio de mayor calidad, para que los pacientes que demanden su atención estén cada vez más satisfechos con el mismo, el cual será completamente gratuito, brindándolo en una infraestructura adecuada y con la tecnología necesaria que permita la satisfacción total del usuario.

## OBJETIVOS:

### General

Ser el hospital con servicios de especialización en ortopedia y rehabilitación, único en su género. Con la más alta calidad y servicios a sus pacientes y asilados.

### Específicos

- Promocionar servicios hospitalarios: diagnósticos y tratamiento gratuitos de las enfermedades agudas y crónicas del aparato locomotor en adultos y niños.
- Mejorar la calidad de vida de internos e internas del asilo a fin de hacerlos sentir en familia, los últimos días de su vida.
- Asegurar el tratamiento óptimo y adecuado de sus pacientes, realizando procedimientos ortopédicos y quirúrgicos en el proceso de urgencias de las

# MANUAL DE CONVIVENCIA

Para superar la resistencia hay que evitar posturas negativas como:

- No es necesario cambiar
- Ya se ha intentado muchas veces
- No hay remuneración para realizar dicho cambio
- Se pierde mucho el tiempo
- Estamos bien así no es necesario cambiar

Comportamientos y actitudes generalizadas:

- Hábitos automáticos y repetitivos
- Costumbres sobre cómo hacer las cosas
- Ideas compartidas ampliamente por la mayoría del personal
- Personas difíciles de modificar por sus creencias y formación.

Para realizar los cambios estos no deben imponerse desde afuera, más bien deben ser asumidos internamente, se requiere que todo el personal esté convencido de los beneficios que proporciona el cambio, para la implementación de modelos de calidad.

Fomento de actitudes positivas

- Fomentar y apoyar el trabajo en equipo
- Establecer por convicción una cultura de calidad y mejora continua
- Modificar malos hábitos de personales de conducta y de trabajo
- Aclarar malos entendidos y cubrir vacíos de trabajo

### Comportamiento del personal en la Oficina

1. Mantener organizado su lugar de trabajo
2. Prohibido terminantemente fumar en las instalaciones
3. Apagar los equipos utilizados siempre que termine su jornada laboral
4. Prohibido escuchar música con alto volumen (utilizar audífonos)
5. Se prohíbe la utilización de palabras soeces o anti sonantes.
6. El personal es responsable de su puesto de trabajo y del equipo trabajo, no deben rayarse los módulos, ni el mobiliario utilizado.

### En el salón de sesiones

1. Al terminar la sesión, dejar las sillas y mesas organizadas, el pizarrón borrado
2. Dentro de los Ambientes de Aprendizaje no consumir alimentos ni bebidas.
3. Mantener el celular y aparatos electrónicos que afecten el buen desarrollo de la formación, apagado, en silencio ó asumir los acuerdos realizados con los organizadores del evento.

Establecimiento de puertas abiertas para comunicación descendente y ascendente, dicho en otras palabras entre jefes y subalternos y viceversa.

- Será establecido un día del mes para que el personal tenga acceso a la dirección para proponer cambios, sugerencias o bien pueda expresar sus inquietudes.

- Establecimiento de por lo menos una actividad motivacional para estrechar lazos de compañerismo con todo el personal.
- Siempre debemos avisar sobre asuntos importantes con el debido tiempo de antelación. Ya sea que debemos ausentarnos, salir un rato antes o llegar un rato más tarde, nada mejor que informar, para que si
- se presenta algún problema puedan resolverlo y no se encuentren con la mala "sorpresa" de nuestra ausencia.

#### **Comportamiento con los compañeros de trabajo**

**Enojos** Para poder convivir en el trabajo, hay que evitar siempre cualquier tipo de enfado por más pequeño e insignificante que pueda ser. En más de una ocasión nos veremos "superados" por alguna situación, colmados de trabajo, pero nadie tiene la culpa de ello, ni los clientes ni nuestros compañeros de trabajo, por lo que descargarnos con ellos no es la mejor opción.

**Relaciones** Es obvio que las relaciones no serán las mismas en una empresa con gran cantidad de empleados que en otra con cuatro o cinco personas, pero eso no tiene porque hacernos imposible la relación con ellos. Para convivir en el trabajo debemos interesarnos por los demás, averiguar si necesitan algo, tratar de conocerlos un poco más cada vez que conversamos con ellos, etc.

Si nos mantenemos "dentro de una burbuja" en lo que a relaciones sociales se refiere, solo pareceremos personas retraídas, sin confianza en si mismo, características poco recomendables para personas que desean tener éxito y escalar en su trabajo

**Presentar** Al llegar un nuevo compañero de trabajo, lo primero que debemos hacer es presentarlo a todos los compañeros, para que esta nueva persona pueda sentirse bienvenida, lo que posibilitará que pronto pueda desenvolverse con total confianza en sus nuevas tareas.

### **Cómo evitar que las críticas afecten la convivencia**

**Al hacer críticas** Las críticas positivas son muy buenas en ese sentido. En cambio, todas la críticas hechas en sentido contrario pueden desmoralizar por completo a la otra persona, y esto no conviene si queremos que haga bien su trabajo, lo mejor es motivarla señalando primero los aspectos positivos y luego aconsejar sobre los negativos.

**Para convivir en el trabajo**, cuando una hace una crítica, debemos hacer notar que no estamos de acuerdo con algún resultado, que pensamos que algo debería modificarse, y que estamos seguros, que esa persona podrá hacerlo si les marcamos las pautas que necesitamos.

**Al recibir críticas** De la misma manera debemos estar abiertos ante la posibilidad de también nosotros recibir críticas constructivas, que nos permitirán enriquecer nuestro trabajo y nos ayudará adaptarnos al perfil o ideas del lugar en el cual no estamos desempeñando. Siempre debemos ser receptivos en este aspecto.



## **Manejo de situaciones de crisis**

### **¿Qué es comunicación de crisis?**

Son las situaciones que obstaculizan el funcionamiento o toma de decisiones normales de una institución, causando caos al no saber cómo actuar ante tal acontecimiento y por ende nos ocasionan:

- Cambios repentinos entre situaciones
- Amenazas a la imagen y el equilibrio natural de la institución
- Reacciones que comprometen la organización ante sus públicos imagen y el equilibrio interno y externo.

### **Algunos consejos para comunicarse durante una crisis son:**

- Identificar a todos los públicos afectados.
- Demostrar que el problema ha sido identificado y que se está haciendo algo al respecto.
- Comunicar un pequeño número de mensajes.
- Comunicar solamente lo que ha sido confirmado con certeza absoluta.
- No mentir sobre ningún aspecto.
- No hacer comentarios sobre situaciones hipotéticas.
- Proyectar una disposición de ser accesible y comunicativo.
- Sea decisivo.
- Mantenga la calma.
- No diga "sin comentarios" a los medios de comunicación o a nadie.
- Comunique todas las malas noticias de una sola vez.

- Proponga maneras de obtener retroalimentación y opiniones de sus públicos.
- Documente todas las comunicaciones.
- Evalúe la situación y realice un monitoreo de la misma.
- No deje de comunicarse.

**Otros aspectos importantes a tomar en cuenta:**

- Identifique al público objetivo del trabajo de emergencia. Por ejemplo, los habitantes de las áreas más afectadas, los parientes de las víctimas, la prensa, los gobiernos e instituciones donadoras, la comunidad internacional, etc.
- Identifique las necesidades de ese público en una situación de emergencia. Es útil realizar ejercicios de imaginación y de observación.
- Defina los objetivos que se desean alcanzar en relación con el trabajo del equipo de comunicación.
- Establezca los parámetros de conducta ética que debe seguir el trabajo de comunicación. Discuta previamente si los cuerpos de las víctimas de un desastre aéreo, por ejemplo, pueden quedar expuestos en la calle al alcance de las cámaras fotográficas y de video. No espere el último momento para discutirlo

## BIBLIOGRAFIA

Informe Anual 2011 Dr. Ader Guillermo López Escobar Director del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han.

Manual Institucional para benefactores y uso interno Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn. pags. 16-17

### E - GRAFÍA

#### Sitios www:

**Breton, Rafael, Licenciado en Ciencias de la Comunicación, basado en los libros "The crisis Conselor" de Jeffrey R. Componigro y "The PR Crisis Bible" de Robin Cohn. México 2009**  
[http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/trinchera/estrategias\\_comunicacion.html](http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/trinchera/estrategias_comunicacion.html)

**Apuntes de Tesis RRPPNET**  
<http://www.rppnet.com.ar/lacomunicaciondecrisis.htm>

#### Documentos en Línea:

**Instituto Nacional de Pediatría. Dirección General de Calidad y Educación en Salud INP. Julio 2006** <<http://www.pediatría.gob.mx/9claves.pdf>>

**Guía Didáctica "Salud Contigo es Posible" Taller de Sensibilización. 2002**  
<http://www.salud.gob.mx/unidades/cdi/documentos/DOCSAL7219.pdf>





### 5.3.2 Producto dos: Calendario de Escritorio

Problema:

Falta de material gráfico que sea un constante recordatorio sobre los nuevos Objetivos, debido a que estos son la razón por la que una institución existe, son la adopción de las prácticas hospitalarias que se deben promover entre el personal con el fin de brindar el mejor servicio y atención humana de pacientes y asilados del hospital, en tal sentido el material se considera un

complemento de comunicación e identidad que pretende constituir la práctica constante de los mismos entre los trabajadores para consolidar la cultura organizacional, imprimiendo con ello un estilo propio de identidad comunicativa.

Objetivo:

Reforzar en los trabajadores del hospital la Misión, visión y objetivos, a través de material gráfico y de soporte que contribuya a la comunicación y sensibilización sobre su función como parte importante de la institución, que promueva acciones laborales en pro del mejoramiento institucional.

Tipo de mensaje: Informativo-subliminal

Se pretende con este tipo de mensaje visual penetrar la mente con material gráfico, condicionando su comportamiento y por ende su cambio de actitudes en forma positiva y como parte del complemento de la comunicación verbal.

Público: interno (personal del hospital)

Hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 55 años de edad, trabajadores del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han de León.

Descripción del producto: Calendario escritorio

Se contempló la realización de un calendario de escritorio porque es un producto que tiene duración durante todo el año y que está al acceso de todo el personal a quien se pensó dirigir dicho material, el hospital no contaba con objetivos dentro la de la institución y aprovechando que el calendario es una herramienta de escritorio que puede estar alcance de cada departamento con el que cuenta el hospital, para promover y difundir misión, visión y objetivos creados para dicha institución para con su personal.

Producto:



### 5.3.3 Producto tres: firma electrónica para correos

Problema:

Falta de identidad del personal como miembros de la institución. Se planificó la elaboración de una imagen gráfica que el personal del hospital pueda utilizar en sus correos electrónicos, misma que los ubicará como parte de la institución.

Objetivo:

Ubicar a los trabajadores dentro de la organización como parte importante de la institución y para garantizar la legitimidad de los mensajes institucionales tanto con su público interno y externo fortaleciendo su imagen corporativa, aprovechando que el hospital cuenta con correo institucional se está implementando un instrumento de comunicación, sin costo alguno y de fácil uso.

Han surgido nuevas herramientas de comunicación para medios electrónicos de acuerdo a los cambios globales a nivel mundial que demandan una comunicación, rápida, efectiva y moderna a nivel nacional e internacional, que le otorga una imagen de institución seria a su vez pueden captar patrocinio de instituciones altruistas que promueven ayuda social.

Tipo de mensaje: Informativo-relacional: Mensaje no verbal formado por símbolos que identifican a la institución y su personal. La identidad corporativa se define como el conjunto de atributos y valores que toda institución seria debe poseer y que se ve reflejado en su imagen visual.

Público:

Hombres y mujeres comprendidos entre 20 y 75 años de edad, trabajadores del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han de León, público, proveedores, patrocinadores, entes gubernamentales tanto nacionales como internacionales.

Producto:



Dicha imagen fue realizada en los formatos destinados a medios electrónicos, que son los siguientes: tif, jpg, png, gif o editable psd con medidas 300x300 pixeles y 72 de resolución.

#### 5.3.4 Producto cuatro: Spot de Radio

##### Problema:

Desconocimiento de la población nacional de la existencia, ubicación y servicios gratuitos con atención personalizada en cada especialidad que requiera el usuario específicamente en lo referente a la atención ortopédica, traumatología y rehabilitación único en el país. Se contempló el spot radial por ser el medio con mayor cobertura a nivel nacional, además de contar con la colaboración de las radios: Estrella, TGW, Constelación, como un aporte a la sociedad.

##### Objetivo:

Mejorar la imagen de la institución por medio de mensajes sugerentes que ayuden a la captación no solo de usuarios sino de instituciones no gubernamentales a involucrarse con el hospital en la captación de posibles donantes para equipar el hospital de insumos necesarios para su buen funcionamiento.

##### Tipo de mensaje: Informativo-persuasivo

Explotar este medio debido a que este tipo de mensajes se mueven con su audiencia, estos llegan sin que los receptores busquen deliberadamente escucharlos.

##### Público:

Hombres y mujeres habitantes de Guatemala, comprendidos entre 9 a 90 años, de escasos recursos, necesitados de los servicios de salud pública



## GUIÓN 1

### SPOT DE RADIO

**Cliente:** Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn”.

**Producto:** Información servicios hospitalarios (cuña)

**Medio:** Radio.

**Duración:** 30 segundos.

**Locutor:** Walter Gudiel.

**Tipo de voz:** En off.

**Mensaje:** Informativo.

#### **Música de fondo instrumental**

**Locutor**

1)¡Buenos días! Hoy quiero comentarles sobre los  
2)servicios que gratuitamente presta el Hospital  
3)Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge  
4)Von Ahn”:

5)Medicina interna, cirugía general, pediatría,  
6)anestesiología, ortopedia, cirugía plástica,  
7)cardiología, psiquiatría, fisioterapia, laboratorio rayos x.

8)Algo más que quiero comentarles: El Hospital Von  
9)Ahn es el único hospital de Guatemala especializado  
10)en Traumatología, Ortopedia y Rehabilitación;  
11)además cuenta con un “Hogar de ancianos”  
12)ubicado en la calle 0-18, zona 1, ciudad de  
13)Guatemala.

## GUIÓN 2

### SPOT DE RADIO

**Cliente:** Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge Von Ahn”.

**Producto:** Información servicios hospitalarios.

**Medio:** Radio.

**Duración:** 30 segundos.

**Locutor:** Walter Gudiel.

**Tipo de voz:** En off.

**Mensaje:** Informativo.

**Locutor**

1)Apreciable audiencia, hoy quiero comentarles sobre  
2)los servicios gratuitos que brinda el Hospital  
3)Nacional de Ortopedia y Rehabilitación “Dr. Jorge  
5)Von Ahn”.

6)Medicina interna, cirugía general, pediatría,  
7)anestesiología, ortopedia, cirugía plástica,  
8)cardiología, psiquiatría, fisiatría, laboratorio rayos x.

9)casa hogar de ancianos. Estamos ubicados en:

10)12en 13 calle 0-18, zona 1, ciudad de  
11)Guatemala.

### 5.3.5 Producto cinco: mantas vinílicas

#### Producto:

Falta de visibilidad para ubicar las instalaciones del hospital, al visitar el hospital, tuve personalmente problemas para ubicarlo, pregunte a varias personas y lo confundieron con un hospital privado, no supieron decirme la ubicación exacta del mismo, luego pude ver que existe una manta que está mal colocada y deteriorada, por lo que se pensó en la elaboración de una nueva manta que substituya la existente en una forma más agradable y novedosa. Asimismo durante el recorrido pude notar que la casa hogar de ancianos y mujeres no tiene identificación.

#### Objetivo:

Comunicar y difundir la ubicación del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn De León potencializando su imagen al público exterior asimismo distinguir el hogar de ancianos de hombres y mujeres, con el propósito de captar benefactores que se identifiquen con causas sociales.

#### Tipo de mensaje: informativo

Comunicar y difundir la ubicación de la institución a la población en general, que necesita de los servicios que brinda el mismo.

#### Público:

Hombres y mujeres, niños y niñas comprendidos entre 5 y 90 años de edad. Casados, unidos, solteros, divorciados, viudos.

#### Producto:

Manta vinílica con medidas de 3 metros de ancho por 1.50 de alto para colocar en la entrada del hospital.



### 5.3.6 Producto seis: QR

Problema:

Derivado de la situación económica existente en las instalaciones hospitalarias y falta de recursos para renovación de equipo médico

digitalizado, óptimo que permita realizar diagnósticos médicos más confiables y rápidos, se propone la realización de un código QR, que está al alcance de la tecnología celular de última generación con el fin de captar a todos los públicos posibles que a su vez puedan convertirse en agentes multiplicadores y benefactores para la institución.

Objetivo:

Dar a conocer los servicios gratuitos del hospital a través de la tecnología de punta existente a su alcance, a todos los públicos. Debido a que hoy en día la comunicación es una herramienta que nos permita comunicarnos con mayor efectividad y rapidez a nivel nacional e internacional, asimismo captar posibles colaboradores que beneficien a la institución.

Tipo de mensaje: Informativo

Aprovechando la tecnología de punta existente y la facilidad para generar comunicación externa sin costo se propone este tipo de mensaje que ayudará a potencializar la imagen de la institución.

Público: externo

Hombres y mujeres, niños y niñas comprendidos entre 5 y 90 años de edad. Casados, unidos, solteros, divorciados, viudos con posición económica media alta y alta.

Descripción del producto:

El código QR (siglas derivadas de Quick Response) es uno de los estándares de lo que se ha venido a denominar “código de barras bidimensional”.

Fue creado en Japón en el año 1994 por la empresa Denso-Ware. Con el fin de popularizar el uso de este código, la empresa japonesa distribuye las especificaciones del mismo de manera libre y aunque posee una patente

sobre el código QR, no ejerce los derechos sobre la misma. El estándar japonés para los códigos QR es el JIS X 0510, que fue distribuido en enero de 1999 y el correspondiente estándar ISO es el ISO/IEC 18004 aprobado en junio de 2000 y revisado en 2006 (ISO/IEC 18004:2006). El éxito probado del código QR se debe precisamente a su estándar abierto y a su uso asociado con los teléfonos móviles, los cuales pueden funcionar como lectores.

Existen otros códigos de información bidimensionales, como los desarrollados por las empresas americanas Symbol Technologies (código PDF417), RVS I Acuity CiMatrix (código DataMatrix) y UPS (código Maxi Code), todos ellos estandarizados.

El código QR es capaz de contener información en ambas direcciones (verticalmente y horizontalmente) a diferencia de los tradicionales códigos de barra, que tan sólo son capaces de almacenar información en una dirección. Precisamente por este motivo, la capacidad de almacenamiento es mayor en el caso del código QR (así es posible almacenar 7.089 caracteres numéricos o 4.296 alfanuméricos). [\\_http://www.andaluciaqr.com/detalle.aspx](http://www.andaluciaqr.com/detalle.aspx)



El mensaje direcciona al siguiente SMS, que ingresa directamente a su Smartphone:



#### 5.3.7 Producto siete: blog

Problema:

Derivado de la falta de recursos para dar a conocer al hospital en lo externo se propone el uso de un blog informativo que es fácil de instalar en comparación con un sitio web tradicional, además se instala gratuitamente.

Ampliar las posibilidades no solamente de captación de pacientes sino también de lograr enlaces con otras instituciones para conseguir donaciones que sean de utilidad para el hospital de equipo, medicinas, en fin diversos productos para mejorar el servicio.

Objetivo: blog

- Dar a conocer el hospital ante su público externo, facilitando la comunicación porque acá pueden dejarse los comentarios sobre cómo les parece el contenido del mismo.
- Dar una imagen de institución seria que brinda servicios de calidad a la población guatemalteca.

Uno de los beneficios que proporciona la apertura de un blog en wordpress es que trae gratuitamente su manual de uso.

- Proporcionar una herramienta de uso del blog, al encargado o administrador de la información conveniente que se puede difundir a través de este medio tales como propósitos del hospital, metas propuestas, material de salud preventiva, información de eventos y actividades programadas, etc.

Tipo de mensaje: informativo

Sobre la actualidad y realidad de la situación del hospital para concientizar al público objetivo que pueda ser benefactor de obras sociales de esta naturaleza, asimismo dar a conocer servicios, actividades y beneficios que brinda la institución a la población guatemalteca.

Público: externo

Hombres y mujeres, niños y niñas comprendidos entre 5 y 90 años de edad. Casados, unidos, solteros, divorciados, viudos.

Producto:

Sitio web: <http://honorguatemala.wordpress.com/>

Descarga gratuita de manual: [wordpress.es](http://wordpress.es)





### 5.3.8 Producto ocho: flash

Problema:

En la captación de información se identificó la falta de objetivos propios del hospital, por lo que se elaboraron tomando en cuenta que es una institución de servicio social gratuito para beneficio de la población guatemalteca, se planificó la elaboración de una plantilla, por ser una herramienta innovadora al alcance del personal hospitalario que permite difundirse interna y externamente, con el propósito de sociabilizar los nuevos objetivos en las pantallas de TV, computadoras y sitios web propios de la institución.

## Objetivo:

Proporcionar una herramienta innovadora que contiene material gráfico que logra la captación visual en los diferentes medios digitales disponibles en la institución para potenciar la comunicación interna y externa de la misma.

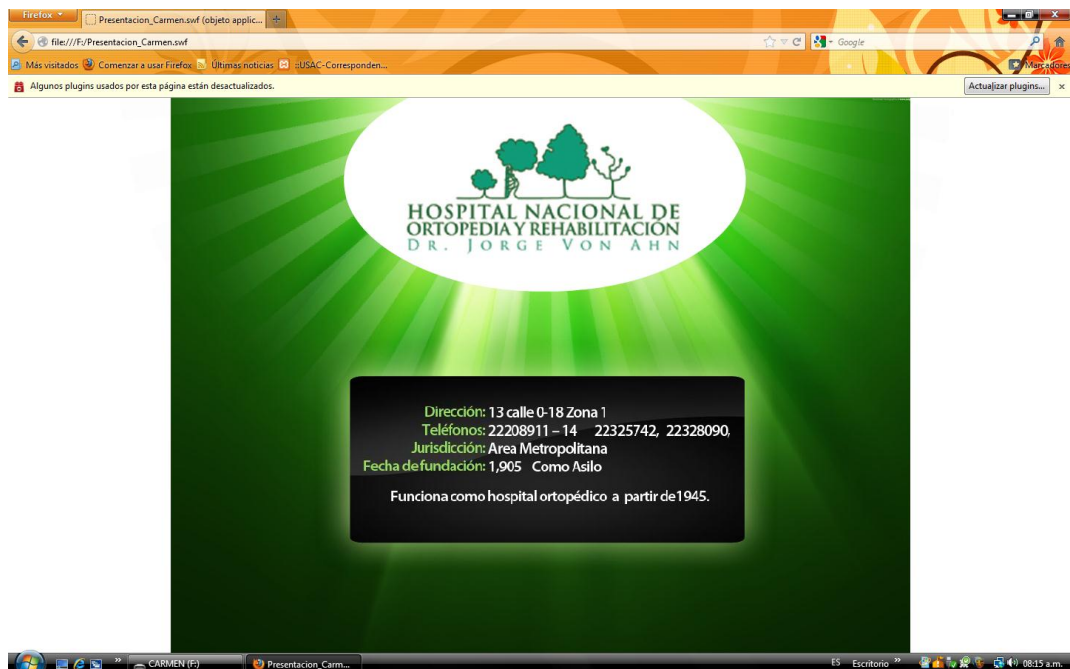
Tipo de mensaje: informativo

Material interactivo no pasivo, con atractivo visual de fácil captación y posicionamiento en la mente del público objetivo.

## Público:

Hombres y mujeres comprendidas entre 5 y 90 años de edad, trabajadoras, pacientes, usuarios y público externo del hospital, de clase social baja, media, media alta y alta.

## Producto:



HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y REHABILITACION  
DR. JORGE VON AHN

## Objetivos

### General

Ser el hospital con servicios de especialización en ortopedia y rehabilitación, único en su género. Con la más alta calidad y servicios a sus pacientes y asilados.

HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y REHABILITACION  
DR. JORGE VON AHN

## Objetivos

### Específicos

- Promocionar servicios hospitalarios
- Mejorar la calidad de vida de internos e internas del asilo
- Asegurar el tratamiento óptimo y adecuado de sus pacientes

Tabla 3plan de difusión

<b>PLAN DE DIFUSIÓN</b>			
<b>PRODUCTO</b>	<b>MEDIO</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJA</b>
<b>Manual de convivencia</b>	Manual entregado en digital e impreso	Aporte ventajoso donde se articulan una serie de normas que promueven derechos y valores, estrechando lazos de armonía y convivencia entre empleadores y subalternos del hospital.	Las instituciones gubernamentales específicamente los hospitales dependen del Ministerio de Salud, por lo que el manual debe pasar por un proceso de aprobación previo a ser implementado.
<b>Calendario escritorio</b>	Manual gráfico impreso	Aprovechar el material impreso por su presencia durante todo el año ofreciendo su utilidad e importancia cotidiana.	Es un material no económico con durabilidad solamente por un año.
<b>Firma electrónica</b>	Correo electrónico, medios digitales.	Que el personal se sienta parte importante de la institución y que a su vez las personas con las que se comunicuen identifiquen el establecimiento para el que laboran dándole calidad de mensajes institucionales.	Contar con servicio de internet para poder utilizarlo y computadoras.
<b>Spot radial</b>	Radio	Mensajes rápidos que informan, persuaden y recuerdan, se mueven con su público.	Considerar poco importante la transmisión y se ponga en horarios inapropiados.
<b>Mantas vinílicas</b>	Material gráfico impreso	Son durables, su costo es más barato que el de un afiche, visibiliza e identifica con facilidad la ubicación de la institución.	Ciclo de vida limitado al verlo demasiado tiende a olvidarse el producto. Espacio limitado para la información no puede estar muy saturado para que logre el efecto deseado.
<b>QR Quick responde o código de barras bidimensional</b>	Se utiliza en medios impresos y al ser utilizados con la telefonía celular re direccionan hacia una dirección de correo, un sitio web o un mensajito sms por ejemplo.	Comunicación novedosa con tecnología de última generación generada sin costo alguno.	Contar con telefonía celular que tenga lector de QR.
<b>BLOG</b>	internet	Es un sitio web fácil de crear en que permite publicar, compartir opiniones e interactuar con diferentes públicos sobre temas propios de la institución .	Cuidar las publicaciones que allí se hagan ya que son espacios con acceso público. Lo que allí se publique debe tener continuidad y no ser demasiado saturado.
<b>MANUAL USO BLOG</b>	Digital gratuito	Otro de los beneficios que proporciona wordpress es un manual incluido de forma gratuita para su utilización.	Es bastante extenso y el administrador debe estar dispuesto a utilizarlo.

Tabla 4 costos				
<b>COSTOS</b>				
<b>Medio</b>	<b>Forma de difusión</b>	<b>Programación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costos</b>
<b>Manual impreso y digital</b>	Actividades que el hospital programe o bien subirla al sitio web implementado (blog)	Dos veces al año	1	Q110.00
<b>Calendario escritorio impreso</b>	Material gráfico impreso colocado en los escritorios del personal administrativo	1 vez al año	25	Q.350.00
<b>Firma electrónica</b>	Digital	indefinido	1	Q.100.00 (donado por pps)
<b>Spot radial</b>	Radio	Mientras el medio considere conveniente por ser este un espacio de ayuda social.	2	Q. 250.00 c/u (donado por pps)
<b>Mantas vinílicas</b>	Material gráfico impreso	Indefinido mientras dure el material.	3	Q.225.00
<b>QR Quick responde o código de barras bidimensional</b>	Digital	indefinido	1	Generado gratuitamente
<b>Blog</b>	internet	indefinido	1	Generado gratuitamente
<b>Manual uso blog</b>	Material gráfico impreso	Cuando haya cambio de administrador o encargado del blog.	1	Q.50.00

Tabla 5 plan de monitoreo

**PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN**

<b>TÓPICOS</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	<b>FACTORES EXTERNOS</b>
Proveer una herramienta que ayude a solventar la comunicación en doble vía.	El 80% de los trabajadores del Hospital, han implementado las normas mínimas para una mejor convivencia con sus compañeros, mandos medios y jefaturas.	Programación de actividades de convivencia 2 veces al año para reforzar el conocimiento de los mismos a discreción del hospital cuando se encuentre aprobado el manual.	Considerar poco importante el proyecto por parte de las autoridades que autorizan la implementación de dicho manual, en este caso el Ministerio de Salud.
Proporcionar a la institución objetivos generales y específicos que ayuden a lograr los propósitos de la institución.	El 75% del personal y público externo conocen identifiquen los objetivos con que ahora cuenta el hospital en un plazo de un año.	Aplicación de test de conocimiento interno.	Falta de divulgación.
Proporcionar a la institución de una herramienta digitalizada que potencialice la imagen del hospital.	El 100% de los empleados del hospital utiliza la firma electrónica en las comunicaciones oficiales del hospital.	Aplicación de test de conocimiento externo.	Utilizar inapropiadamente el material proporcionado.
Informar a la población guatemalteca sobre servicios hospitalarios existentes.	El 80% de la población guatemalteca se informe sobre la importancia y servicios gratuitos que brinda el hospital.	Encuesta para verificar si ha llegado el mensaje y se han cumplido con los objetivos planteados.	Considerar poco importante la información y sustituirla por otra que se considere más importante.
Facilitar al hospital material que identifique a la institución a través de nuevo material gráfico con atractivo visual.	El 75% de la población guatemalteca identifica las instalaciones y hogar diferenciando casa hogar de mujeres y hombres.	Encuesta de verificación a los pacientes para corroborar si se han percatado sobre el nuevo material de identificación.	Desgaste del material por las inclemencias del tiempo.
Contribuir con el hospital ofreciendo un material de fácil respuesta y sin costo alguno para promocionar y visibilizar al hospital.	El 50% de la población utiliza el material gráfico proporcionado.	Encuesta de verificación con su público externo.	Falta de aparatos telefónicos que tengan este programa para leer el material.
Ofrecer al hospital una bitácora digital que facilite la comunicación del hospital, con el público externo y con posibles proveedores o donantes nacionales o internacionales.	El 75% de la población ha visitado el sitio web y tiene conocimiento sobre la existencia del hospital.	El blog tiene la facilidad de tener un contador de visitas.	Carencia de visitas previstas por falta de difusión.

## EVALUACIÓN ACTIVIDAD PARA DAR A CONOCER PLAN DE CONVIVENCIA

**Tema:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

**a) ¿Cómo me siento en relación del tema de  
convivencia de hoy?**

**Muy satisfecho** \_\_\_\_\_ **Satisfecho** \_\_\_\_\_  
**No satisfecho** \_\_\_\_\_

**b) Considera que los conocimientos adquiridos en el  
taller son de utilidad para aplicarlos en su trabajo y en  
sus actitudes personales para con los demás.**

**Sí** \_\_\_\_\_ **No** \_\_\_\_\_

**Porqué**  
\_\_\_\_\_

## EVALUACIÓN CALENDARIO ESCRITORIO

No.	PREGUNTA	SI	NO	PORQUÉ
1	¿CONOCE LOS OBJETIVOS DEL HOSPITAL?			
2	SI SU RESPUESTA ES POSITIVA, CON SUS PALABRAS EXPLIQUE DE QUÉ SE TRATA EL OBJETIVO GENERAL			
3	DE LA MISMA MANERA INDIQUE LO QUE CONOCE DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS			
4	CREE QUE LOS OBJETIVOS ESTÁN DE ACUERDO CON LA MISIÓN Y VISIÓN DEL HOSPITAL			
5	¿APLICA LOS OBJETIVOS EN SU TRABAJO?			



## EVALUACIÓN FIRMA ELECTRÓNICA

No.	PREGUNTA	SI	NO	PORQUÉ
1	¿HA RECIBIDO CORREOS CON EL DISTINTIVO DEL HOSPITAL?			
2	¿LE PARECE QUE ES IMPORTANTE CONTAR CON ESTE DISTINTIVO? Y ¿POR QUÉ?			
3	¿CREE QUE ESTE DISTINTIVO HACE QUE LOS CORREOS TENGAN CARÁCTER INSTITUCIONAL?			



## EVALUACIÓN MANTAS VINÍLICAS

### Test de conocimiento

**¿Ha visto usted el rótulo de ubicación en la entrada del hospital?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**¿La manta le ayudó a ubicar las instalaciones del hospital?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**¿Considera que es más fácil la ubicación del hospital para los habitantes, visitas y extranjeros?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**¿Ubica con mayor facilidad el área de asilos de mujeres y hombres con los rótulos correspondientes?**

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

## CAPÍTULO 6

### Resultados Futuros

- a)** Cambiar la comunicación de tipo unilateral, el líder debe adoptar una actitud de compromiso, accesibilidad y sensibilidad en este proceso para el que cambio sea posible. El líder quien debe desarrollar un ambiente de apertura, honestidad y contención, por lo que se sugiere hacer uso de las herramientas de comunicación propuestas a través de las cuales pueden mejorarse aspectos con la cultura organizacional existente.

Programar actividades motivacionales en donde pueda haber comunicación de doble vía al realizarlas aprovechar para entregarles el manual de convivencia, que contiene normas, valores y derechos tanto de los subalternos como de las jefaturas. Al tener el manual aprobado por el Ministerio de Salud, se implemente el mismo durante el año 2013 y 2014 y que el 80% de los trabajadores del hospital hayan implementado las normas establecidas en el mismo mejorando con ello la comunicación interna.

- b)** Dotar a la institución de objetivos propios, que no haya necesidad de improvisarlos cada vez que haya una actividad, ya que los objetivos son los que nos marcan hacia donde van encaminadas nuestras acciones. Los objetivos son la imagen que la institución pretende a futuro en donde la imagen deja de ser un ideal para convertirse en una realidad. Al finalizar el año 2013 se tiene proyectado que el 75% del personal del hospital identifique, conozca y aplique en su trabajo los objetivos propuestos.
- c)** Informar a la población guatemalteca sobre los servicios gratuitos en el área de traumatología, ortopedia y rehabilitación que ofrece el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn De

León, de igual manera dar a conocer el asilo de ancianos que funciona en estas mismas instalaciones a través del servicio social otorgado por las radiodifusoras: Estrella, TGW y Constelación. Al finalizar el año 2013 el 75% de la población guatemalteca tiene conocimiento.

## **Conclusiones**

1. Luego de la investigación realizada en el Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn De León, se determinó que la comunicación interna y externa existente es deficiente, por lo cual es necesaria la implementación de una estrategia de comunicación.
2. Se determinó que no había comunicación fluida entre jefes y subalternos, esto derivado del reciente cambio de autoridades del hospital, no había una cultura de comunicación por lo que se hizo necesaria la propuesta de un manual de convivencia, el cual debe ser aprobado por el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Con lo que se espera mejorar la calidad de comunicación interna a una comunicación de puertas abiertas.
3. Se estableció que el Hospital cuenta con el apoyo radial de TGW, Estrella y Constelación, el cual se encuentra desaprovechado ya que el mismo solo consta un espacio otorgado para realizar entrevistas directas a médicos de la institución, más no así a la promoción del hospital. Se elaboraron spots publicitarios para que los mismos aparezcan como cuñas publicitarias en estos espacios.
4. Luego de un análisis del área de comunicación vía electrónica se determinó que el Hospital no cuenta con ningún espacio de este tipo, por lo que se propuso la construcción de un blog y un código electrónico mejor conocido como QR, para mejorar la comunicación interna y externa.

5. Al encuestar a los usuarios del hospital se determinó la falta de identificación clara y visible en el exterior de las instalaciones del hospital lo que da como resultado que no se encuentren con facilidad la ubicación del mismo, se propone la implementación de una manta de ubicación, la cual contiene el nombre del hospital y sus datos generales asimismo se incluyen las mantas de identificación para la casa de hogar de hombres y mujeres respectivamente.

## Recomendaciones

1. Divulgar el Manual de Convivencia con los empleados, para establecer reglas, normas y valores, que contribuyan a tener una mejor comunicación estableciendo puertas abiertas para el cambio con actividades que motiven y den a conocer dicho manual.
2. Aprovechar el espacio como parte de ayuda social a dicha institución, que ha existido en otras oportunidades con la radio Estrella, Constelación y TGW, para gestionar un espacio en horario conveniente para que mayoría de la población sepa sobre los beneficios que gratuitamente ofrece el hospital a la población guatemalteca.
3. Dar seguimiento constante al blog, sobre los visitantes, artículos de importancia para el hospital a su vez promover la existencia de la casa hogar para promover ayuda social de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.
4. Aprovechar la tecnología que se proporciona en forma gratuita como lo es el Código electrónico QR, para implementarlo en todo el material impreso que se utiliza en el hospital.

5. Incluir a los correos del personal los logos institucionales para darle uniformidad a la documentación enviada y tener una identidad corporativa a la correspondencia tanto vía electrónica como en forma física.



## Referencias Bibliográficas

1. Beavin Beavelas, Janeth; Jackson, Don D.; Watzlawick, Paul “Teoría de la Comunicación Humana” 1991. Editorial Herder, Barcelona.
2. Cuevas Aceituno de Chamo, Carmen Elizabeth. Rediseño de Guía Informativa del Sistema de Ubicación y Nivelación -SUN- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, y elaboración de material publicitario para INFOUSAC 2009.
3. Hervás Fernández, Gloria. “Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal” 1988. Editorial Playor, Madrid.
4. López Escobar, Ader Guillermo. Informe Anual 2011. Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han.
5. Manual de Normas Gráficas, Identidad y Comunicación del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Ahn.
6. Paz Mendoza Eva Graciela. “Tipografía” D.G. Asociación de Escritores y Amigos del Libro Nacional.
7. Sandoval, Olinda. 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.
8. Silva, Ludovico “Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista” 1979. UNAM, México.

### E- Grafías:

1. Concepto sobre imagen: <http://es.thefreedictionary.com/imagen>
2. Comunicación : <http://www.rppnet.com.ar/comunicacioninterna.htm>
3. Conceptos sobre comunicación : [ww.rae.es](http://ww.rae.es)

4. Método Inductivo : <http://definicion.de/metodo-inductivo/>
5. Uso de las Tics: <http://es.scribd.com/doc/3284103/USO-DE-LAS-TICS>
6. Psicología del color :[www.rrpnet.com.ar/psicologiadelcolor.htm](http://www.rrpnet.com.ar/psicologiadelcolor.htm)
7. Psicología Industrial  
<http://www.monografias.com/trabajos16/psicologiaindustrial/psicologia-industrial.shtml>

# **ANEXOS**

## Anexo 1

### FODA

Piense en el Hospital y llene los cinco espacios de cada cuadrante con los factores tanto positivos como negativos de forma interna y externa que considere importantes para la institución.

	POSITIVO	NEGATIVO
INTERNO	PUNTOS FUERTES	PUNTOS DEBILES
EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS

## **COMPLEMENTO DEL FODA PARA USO DEL COMUNICADOR:**

Las fortalezas son aquellas cosas que hacen que su negocio más sólido. Esto incluye un producto o servicio que se vende bien, una base de clientes establecida, una buena reputación en el mercado, una administración sólida con empleados calificados; la propiedad de patentes y marcas, y cualquier otro aspecto que agrega valor a su negocio y lo hace sobresalir de la competencia.

Las debilidades son lo contrario de los puntos fuertes. Los puntos débiles son las áreas en las que su empresa no se desenvuelve bien o debería mejorar. Debilidades podrían ser: la mala gestión, problemas con los empleados, la falta de conocimientos de marketing y ventas, la falta de capital, mala ubicación, productos o servicios de baja calidad; mala reputación, etc.

Las oportunidades son eventos que tienen el potencial de hacer su negocio más fuerte, más duradero y más rentable. Son oportunidades: la aparición de nuevos mercados o la expansión de los que ya tiene, posibles fusiones, adquisiciones o alianzas estratégicas.

Las amenazas por el contrario, son esos eventos que tienen el potencial de afectar adversamente su negocio, como por ejemplo: las condiciones cambiantes del mercado, el endeudamiento de la empresa, problemas de flujo de efectivo, el hecho de que un fuerte competidor entre al mercado, competidores con precios más bajos, leyes o impuestos que puedan impactar negativamente en las ganancias, y pérdida de socios estratégicos.

## Anexo No. 2

### ENTREVISTA

La presente tiene como fin recabar información del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han para conocer cómo se desarrolla la institución en materia de comunicación organizacional.

1. ¿Cómo es la comunicación descendente en el Hospital?
2. ¿Cómo es la comunicación ascendente en el Hospital?
3. ¿Qué dificultades ha tenido el hospital en la comunicación interna y cuáles podrían ser las mejoras?
4. ¿Según su criterio en qué ayudaría la implementación de una estrategia de comunicación en el hospital?
5. ¿Qué medios utiliza el Hospital para dar sugerencias de cambio?

### **Anexo No. 3**

La presente encuesta de comunicación organizacional, tiene como fin recabar información *entre los trabajadores del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han*. Para conocer cómo se desarrolla la comunicación interna. Necesitamos de su amable colaboración para que responda con veracidad, ya que los datos serán manejados confidencialmente, y para uso exclusivo de la investigación.

*Instrucciones:* a continuación se le muestra una lista de 15 preguntas, lea con cuidado cada una de ellas y marque con una “X” la o las respuestas. Por favor, de las preguntas que se le pide que conteste, no deje ninguna en blanco.

¡Muchas Gracias!

1. Favor de subrayar la Misión con la que se identifica.
  - a) Hospital especializado y de referencia nacional que brinda atención de calidad a las personas, sin discriminación, con afecciones en el aparato locomotor, así como a aquellas que necesitan rehabilitación física
  - b) Proporcionar atención Médica de Ortopedia y Traumatología en forma integral a los usuarios del Servicio, a través del ejercicio de una medicina en continuo desarrollo, de trabajo en equipo, control sistemático de la calidad en la asistencia y la humanización de la atención.

2. Favor de subrayar la Visión con la que se identifica.

a) El Hospital aumentará su cobertura año con año, brindando una atención integral y gracias al esfuerzo sostenido y disciplinado de todo su personal, brindara cada año un servicio de mayor calidad, para que los pacientes que demanden su atención estén cada vez más satisfechos con el mismo.

b) Tener como Departamento Especializado en Ortopedia y Traumatología con los últimos conocimientos científicos ha desarrollado el mejor equipo humano profesional científico con excelente capacidad para la formación de Especialistas a nivel Nacional e Internacional

3. ¿Toma en cuenta la Misión y Visión para realizar su trabajo?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No

En qué forma \_\_\_\_\_

4. ¿Qué medios utiliza la empresa para comunicar eventos?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

5. ¿Qué medios considera más prácticos para recibir instrucciones?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

6. ¿Qué medios utiliza la empresa para convocar a sus reuniones?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

7. ¿Las instrucciones son claras?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No



8. ¿El Hospital cuenta con un Departamento de Comunicación?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

9. En caso de contar con uno, ¿Cuántas personas lo integran?

\_\_\_\_\_una \_\_\_\_\_dos \_\_\_\_\_tres \_\_\_\_\_No sabe

10. ¿Conoce a sus compañeros de labores?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

11. ¿Son claras las instrucciones recibidas para desempeñar su trabajo?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Porqué\_\_\_\_\_

12. ¿Recibió información clara sobre sus Prestaciones Servicio Médico, Vacaciones y Salario?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Porqué\_\_\_\_\_

13. ¿Sabe usted cuáles son las metas a ser alcanzadas en este año?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Porqué\_\_\_\_\_

14. ¿Conoce la Historia del Hospital?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

15. ¿Conoce el Organigrama del Hospital?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

#### **Anexo No. 4**

La presente encuesta de comunicación organizacional, tiene como fin recabar información *entre los trabajadores del Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación Dr. Jorge Von Han*. Para conocer cómo se desarrolla la comunicación interna. Necesitamos de su amable colaboración para que responda con veracidad, ya que los datos serán manejados confidencialmente, y para uso exclusivo de la investigación.

*Instrucciones:* a continuación se le muestra una lista de 15 preguntas, lea con cuidado cada una de ellas y marque con una "X" la o las respuestas. Por favor, de las preguntas que se le pide que conteste, no deje ninguna en blanco.

¡Muchas Gracias!

1. Favor de subrayar la Misión con la que se identifica.

- c) Hospital especializado y de referencia nacional que brinda atención de calidad a las personas, sin discriminación, con afecciones en el aparato locomotor, así como a aquellas que necesitan rehabilitación física
- d) Proporcionar atención Médica de Ortopedia y Traumatología en forma integral a los usuarios del Servicio, a través del ejercicio de una medicina en continuo desarrollo, de trabajo en equipo, control sistemático de la calidad en la asistencia y la humanización de la atención.

2. Favor de subrayar la Visión con la que se identifica.

- c) El Hospital aumentará su cobertura año con año, brindando una atención integral y gracias al esfuerzo sostenido y disciplinado de todo

su personal, brindara cada año un servicio de mayor calidad, para que los pacientes que demanden su atención estén cada vez más satisfechos con el mismo.

d) Tener como Departamento Especializado en Ortopedia y Traumatología con los últimos conocimientos científicos ha desarrollado el mejor equipo humano profesional científico con excelente capacidad para la formación de Especialistas a nivel Nacional e Internacional

3. ¿Toma en cuenta la Misión y Visión para realizar su trabajo?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No

En qué

forma \_\_\_\_\_

4. ¿Qué medios utiliza la empresa para comunicar eventos?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

5. ¿Qué medios considera más prácticos para recibir instrucciones?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

6. ¿Qué medios utiliza la empresa para convocar a sus reuniones?

\_\_\_\_\_ Correo electrónico \_\_\_\_\_ Circulares \_\_\_\_\_ Memos \_\_\_\_\_ Otros

7. ¿Las instrucciones son claras?

\_\_\_\_\_ Sí \_\_\_\_\_ No

8. ¿El Hospital cuenta con un Departamento de Comunicación?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

9. En caso de contar con uno, ¿Cuántas personas lo integran?

\_\_\_\_\_una \_\_\_\_\_dos \_\_\_\_\_tres \_\_\_\_\_No sabe

10. ¿Conoce a sus compañeros de labores?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

11. ¿Son claras las instrucciones recibidas para desempeñar su trabajo?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Por qué \_\_\_\_\_

12. ¿Recibió información clara sobre sus Prestaciones Servicio Médico, Vacaciones y Salario?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Por qué \_\_\_\_\_

13. ¿Sabe usted cuáles son las metas a ser alcanzadas en este año?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

Por qué \_\_\_\_\_

14. ¿Conoce la Historia del Hospital?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No

15. ¿Conoce el Organigrama del Hospital?

\_\_\_\_\_Sí \_\_\_\_\_No



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

Guatemala, 11 de febrero de 2013  
**Orden de impresión**  
No. 008-2013 Akmg/clf

**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**Departamento de Postgrado**

Estudiante  
**Carmen Elizabeth Cuevas Aceituno**  
Carné **100021800**

Estimada Estudiante Cuevas:

Nos complace informarle que con base a la autorización de informe final de tesis por el tribunal examinador con el título: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA EL HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y REHABILITACIÓN DR. JORGE VON AHN, se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que dos ejemplares impresos sean entregados en el Departamento de Postgrado de esta unidad académica, ubicada en el 2º piso del Edificio M-2, dos tesis y dos cd's en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera y dos tesis y un cd en formato PDF en la Biblioteca Central de esta universidad.

Es para nosotros un orgullo contar con una profesional egresada de esta Escuela como usted, que posee las calidades para desenvolverse en el campo de la comunicación organizacional.


Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

  
Lic. Julio Sebastián Chilín  
Director ECC

C.c. Archivo



  
M.A. Aracelly Mérida  
Directora de Postgrado



Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfonos: (502) 2418-8920  
(502) 2443-9500 extensión 1478  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacion.usac.edu.gt](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

Guatemala, 15 de octubre de 2012.

**M.A. Aracely Mérida**  
**Coordinadora del Programa de Posgrado**  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Presente.**

Estimada master:

Hago de su conocimiento que la estudiante **Cuevas Aceituno, Carmen Elizabeth** con número de carné **100021800**, ha concluido su Práctica Profesional Supervisada (PPS), presentando el Informe Final titulado: **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA Y REHABILITACIÓN DR. JORGE VON AHN DE LEÓN**.

La estudiante en mención, fue asesorada en el desarrollo de todo el proceso que conlleva la PPS, quedando a satisfacción de mi persona el contenido de dicho informe, en tal sentido, autorizo a la estudiante a imprimir los tres borradores para que sean sometidos a la consideración del Comité de Revisión de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

Deferentemente,

  
**M.A. Ninoshka Lou**  
**Catedrática Asesora**  
**Práctica Profesional Supervisada**  
**Colegiada activa 11,892**



uy 15-10-12  
# 9



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

Guatemala, 22 de octubre 2012  
Ref. CT-069-2012 Akmg-Akmg

**Doctor**  
**Mynor Rolando Sandoval Pinto**  
**Director Ejecutivo**  
**Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación**  
**"Dr. Jorge Von Ahn**  
**Su despacho.**

Respetable Señor Director:

Agradecemos el apoyo prestado a la Licda. Carmen Elizabeth Cuevas, estudiante regular de la Maestría de Comunicación Organizacional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala, para concluir la Práctica Profesional Supervisada requisito de esta Maestría.

Aprovecho para informarle que la Práctica, fue asesorada por la catedrática asignada por esta casa de estudios, durante seis meses, la cual tuvo que cumplir con procesos sistemáticos que conllevan la elaboración e implementación de una Estrategia de Comunicación Interna y Externa.

Por lo anterior, quiero indicarle que todo el material propuesto y aprobado por el Hospital que tiene a bien dirigir, es una donación que la estudiante en mención hará como un aporte social para las instituciones que contribuyen al bienestar de los y las guatemaltecas. Como requisito, la implementación de dicha Estrategia no debe significar de ninguna manera un costo no planificado para su institución.

En ese sentido, la propuesta de la estudiante Cuevas, presenta cinco productos, que debe de implementar para concluir con éxito su práctica, estos son: Spot de radio en CD; mantas para instalar en el exterior e interior; QR en cd; logotipo del hospital en diferentes formatos, y; un Blog el cual está funcionando gratuitamente, para que ustedes pueden cargar la información que deseen se entregarán las indicaciones y claves de acceso.

Aprovecho la oportunidad, para solicitarle respetuosamente extenderle la carta de validación e implementación de dichos productos a la estudiante Cuevas, la que servirá como medio de verificación que concluyó su Práctica Profesional Supervisada.

Reiteramos nuestro agradecimiento a su valioso apoyo.

Deferentemente

  
**M.A. Aracelly Mérida**  
**Coordinadora de Postgrado**



*Recibido:*  
2110  
24-10-2012  
  
**Yeni Morales Maldonado**  
Secretaria Dirección Ejecutiva  
Hosp. Nac. de Ortop. y Rehab. Dr. IVA

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



**HOSPITAL NACIONAL DE ORTOPEDIA  
Y REHABILITACIÓN  
"Dr. Jorge Von Ahn"**



Guatemala, agosto 22 del 2012  
Of. Ext.D-No.175/12

Licenciada  
M.A. Aracely Mérida  
Coordinadora Postgrado  
Escuela de Comunicación  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Ciudad.


Respetable M.A. Mérida:


Por medio de la presente me permito saludarla y a la vez desearle éxito en sus labores cotidianas.

En atención al oficio, recibido el día 31 de mayo del presente año, por medio del cual solicita la aceptación de la Licda. Carmen Elizabeth Cuevas Aceituno, para realizar su práctica profesional Supervisada (PPS), en este Centro Asistencial, me permito informarle que se acepta dicha solicitud.

Sin otro particular, me suscribo,

Atentamente,

  
**Dr. Mynor Rolando Sandoval Pinto**  
Director Ejecutivo



ESCUELA DE COMUNICACION "USAC"  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO  
**DIRECCION**

c.c./Sub-Director Médico





**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

DR. . Ader Guillermo López Escobar  
Director. Hospital Nacional de Ortopedia y Rehabilitación  
Hospital: Rehabilitación "Dr. Jorge Von Ahn De León.  
Ciudad Guatemala

Estimado DR. Ader López

Es un gusto saludarla y a la vez presentarle a la Licenciada Carmen Cuevas quien se identifica con carné 100021800 y es estudiante de la Maestría en Comunicación Organizacional.

La Licda. Cuevas ha solicitado realizar su Práctica Profesional Supervisada (PPS) en la entidad que usted dirige. La práctica en mención, que iniciaría hoy y finalizaría en octubre del año en curso, pretende que la estudiante proponga una estrategia comunicacional para la institución.

Apreciaré su valiosa colaboración en el sentido de enviar su Visto Bueno mediante una carta que avale la aceptación para que la Licda. Cuevas desarrolle su PPS.

Atentamente,

"Id y enseñad a todos"

  
M.A. Aracelly Mérida  
Coordinadora Postgrado



c.c. archivo

  
Dr. Ader Guillermo López Escobar  
Director Ejecutivo



7/08/2012

Guatemala, 31 de mayo de 2012.

Doctor  
Ader Guillermo López Escobar  
**Director del Hospital Nacional de Ortopedia**  
Ciudad.

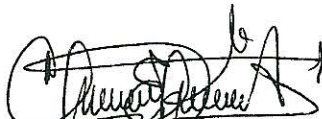
Doctor López:

De acuerdo con solicitud verbal hecha por mi persona a usted, por este medio solicito su autorización para realizar mi practica de Maestría en la entidad que usted dignamente dirige, las visitas serán esporádicas para recopilar información sobre la institución en donde se realizará diagnostico de la institución y propuestas comunicacionales que mejoraran el desempeño entre empleados y mandos medios y altos. Asimismo solicito que usted directamente pudiera ser el asesor de este proyecto.

Agradeciendo de antemano su fina atención, aprovecho la oportunidad para saludarle.

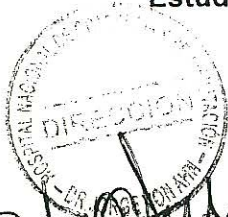
Atentamente,

**"Id y enseñad a todos"**



Licda. Carmen Cuevas  
**Diseñadora Grafica**

**Estudiante de Maestría en Comunicación Organizacional**  
**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
**Móvil: 5171375**



*R*  
*[Signature]*  
Dr. Ader Guillermo López Escobar  
Director Ejecutivo

31/mayo/2012

Lic. Carmen Elizabeth Cuevas  
Diseñadora Gráfica  
Col. No. G-124

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS



**USAC**  
**TRICENTENARIA**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

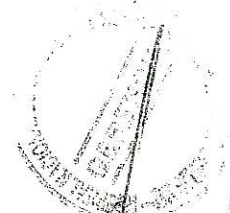
Presentado por:

**Carmen Elizabeth Cuevas Aceituno**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR A LA  
MAESTRIA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

  
  
Dr. Alfonso Guillermo López Escobar  
Director Ejecutivo

Guatemala, Julio de 2012

  
Recabso  
3 m  
07/07/2012