

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación



**“Evaluación de la Imagen Institucional del
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala”**

Francisco Javier Polanco Figueroa

Guatemala, septiembre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Título de la tesis:

**“Evaluación de la Imagen Institucional del
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala”**

Trabajo de tesis presentado por:

Francisco Javier Polanco Figueroa

Previo a optar al título de:

Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación

Nombre del asesor:

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Guatemala, septiembre 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Licenciando César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Gustavo Alfonso Yela Fernández

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

Representante Egresados

MSc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Tribunal Examinador

Licenciando César Augusto Paiz Fernández (asesor)

M.A. Hugo Nery Bach (lector-examinador)

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán (lector-examinador)



Guatemala, 30 de septiembre de 2020
Orden de impresión
Ref. CT-Akmg- No. 018-2020

Licenciado
Francisco Javier Polanco Figueroa
Carné: 1887 66324 0101
Registro académico 200116957
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado Licenciado

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título "EVALUACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL DEL COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados en un plazo no mayor de 30 días calendario

- a) Un ejemplar impreso, un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central
- b) Dos ejemplares impresos y dos discos compactos en formato PDF en la Biblioteca Flavio Herrera.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS



Lic. César Augusto Paiz Fernández
Director ECC

Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Guatemala, C.A.
www.comunicacion.usac.edu.gt
(502)24188920

DEDICATORIA

A DIOS

Por la vida, las oportunidades, las bendiciones, la guía, las cosas buenas, malas y las posibilidades de crecer como ser humano y como hombre.

A LA VIRGEN DE GUADALUPE

Por cuidarme y guiarme, por acercarme a su Hijo y cubrir mi vida con su manto.

A MIS PADRES

Germán Polanco Azurdía (Q.E.P.D.) por su vida, por su ejemplo, por su lucha, por su tenacidad, por su incansable amor al vivir, por sus consejos y por demostrarme con su ejemplo sobre responsabilidad, amor, fuerza y por sobre todas las cosas, por enseñarme que la frase “NO PUEDO” jamás debe existir en mi vocabulario. Olga Patricia Figueroa Viuda de Polanco, por su incansable firmeza, constancia y determinación en la vida, ejemplo digno de madre, mujer y compañera; por su abnegada lucha diaria y por ser pilar fundamental de la familia en la que crecí.

A MI ESPOSA

Por su apoyo incondicional y ayudarme a conseguir mis metas propuestas, por impulsarme a seguir trazándome nuevos objetivos por cumplir.

A MIS HIJOS

Fabio e Ignazzio, por ser la luz que me invita a continuar superándome, por su alegría, por sus juegos, por enseñarme con su vida a conocer el amor verdadero, por regalarme la oportunidad de criarles y mostrarle el camino del bien, por ser la luz al final del túnel en mi días grises, por ser, con su existencia, mi razón de ser.

A MIS HERMANOS

Germán y Alba Patricia, por ser parte importante y fundamental de mi vida, por su amor, aprecio, apoyo incondicional y por siempre estar ahí cuando necesité de alguien, por abrirme las puertas de sus hogares y sentirme querido cuando más lo necesite.

A MIS SOBRINOS

Andrea Nicolle, Luis Eduardo y Carlos Alejandro, porque cuando necesité del más puro amor, estuvieron siempre, con su vida, su sonrisa y su alegría también me regalaron vida.

A MIS CUÑADOS

Zaira y Roberto, por formar parte de mi familia, por su apoyo incondicional y porque la vida me dio la oportunidad de tener a 2 nuevos hermanos en ellos.

A MIS TIOS

Juana María, Guadalupe y en especial a mis tíos Juan Francisco (Paco) y Blanca Estela (Blanqui) por ser parte importante de mi crecimiento como persona, por mostrarme otra dinámica de familia y de la cual aprendí mucho.

A MIS PRIMOS

Juan Elías, Elisa María de los Ángeles y Francisco Rafael, por crecer juntos como verdaderos hermanos, por sus luchas que inspiran y por sus logros que incitan a buscar más metas por alcanzar.

A MIS FAMILIARES

Por siempre impulsarme a alcanzar mis metas, a inculcarme valores y ser parte importante de mi crecimiento personal y profesional.

A MIS AMIGOS PUBLICISTAS

Engel, Gerardo y Francisco, por su amistad y porque juntos iniciamos un camino que hemos culminado con éxito, por su amistad incondicional y por ser fuente de apoyo en gran parte de la vida.

A MIS AMIGOS LICENCIADOS

Por su acompañamiento en el recorrido de este logro. En especial a Vanesa, Liza, Celeste y Gabriela, por su valiosa amistad y su apoyo en esos años de estudio, por su aprecio y seguir hasta estos días con la amistad. Pablo, Priscilla, Brenda y Julia por las aventuras en los estudios de la licenciatura y por su amistad incondicional.

A MIS AMIGOS EN GENERAL

Por su acompañamiento y porque con sus metas, me ayudan a buscar nuevos retos.

AGRADECIMIENTO

A DIOS

Por brindarme la oportunidad de alcanzar una meta anhelada desde hace varios años, por darme la paciencia necesaria en culminar este proyecto y por regalarme luz cuando pensaba en abandonar.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

Por abrirme las puertas de sus aulas, pero sobre todas las cosas, por darme la oportunidad de estudio, de crecer, de saber y del conocimiento adquirido, por sentirme extremadamente orgulloso de ser egresado de la TRICENTENARIA Y GLORIOSA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA de la cual siempre estaré agradecido. Siempre seré tu alumno ALMA MÁTER y exaltaré tu nombre donde quiera que esté.

A LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Por brindarme estudio, por ser el lugar en donde adquirí tantos conocimientos, en donde me enseñaron a distinguir sobre el ser y por regalarme tantas vivencias que llevaré siempre en mi corazón.

AL COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA

Por darme la oportunidad de trabajar en la institución, por brindarme el chance de que la institución me permitiera realizar mi tesis y ser factor de estudio. En especial a la Junta Directiva 2014-2016 presidida por el Dr. Porfirio Santizo y a la Junta Directiva 2016-2018 presidida por el Dr. Arturo Quevedo por continuar con la implementación de las recomendaciones dentro de este estudio. A la Licda. Verónica Asturias, por su guía y su amistad y a todos mis compañeros de trabajo dentro de la entidad.

A MI ASESOR

Lic. César Paiz, porque junto a la Dra. Aracelly Mérida creyeron en mi proyecto y me guiaron en el proceso de la culminación de esta tesis. Por su acompañamiento en cada paso y por darme orientación durante todo el estudio.

A MIS AMIGOS

En especial a la M.A. Joselyn Mérida Solano por su incasable apoyo e inigualable amistad. Al M.A. Rafael Salazar por siempre creer en mi capacidad y profesionalismo, por exigirme ser mejor persona y por su increíble amistad.

“Para efectos legales, el autor es el único responsable del contenido de este trabajo”

ÍNDICE

Contenido

CAPÍTULO 1.....	1
Marco Conceptual.....	1
1.1 Título del Tema.....	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Justificación.....	1
1.4 Planteamiento del Problema.....	3
1.5 Alcances y Límites.....	3
1.5.1 Objeto de Estudio.....	3
1.5.2 Limitación Geográfica.....	4
1.5.3 Limitación Temporal.....	4
1.5.4 Limitación Poblacional.....	4
1.5.5 Limitación Institucional.....	4
CAPÍTULO 2.....	5
Marco Teórico.....	5
2.1 Comunicación.....	5
2.2 Proceso de Comunicación.....	6

2.2.1 Emisor.....	6
2.2.2 Codificación.....	6
2.2.3 Mensaje.....	7
2.2.4 Canal.....	7
2.2.5 Decodificación.....	7
2.2.6 Receptor.....	7
2.2.7 Retroalimentación o Feedback.....	8
2.2.8 Ruido.....	8
2.2.8.1 Tipos de Ruido.....	8
2.3 Imagen.....	9
2.3.1 Imagen Institucional o Imagen Corporativa.....	9
2.3.2 Manual Corporativo.....	10
2.3.3 Manual de Identidad Corporativa.....	10
2.4 Método.....	10
2.5 Cronograma.....	11
2.6 Segmentación.....	11
2.7 Muestreo.....	12
2.8 Técnicas de Recolección de Datos.....	12
2.8.1 Encuesta.....	12
2.8.2 Entrevista.....	12

2.9 Salud.....	13
2.10 Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.....	13
2.10.1 Antecedentes Históricos de la Medicina.....	13
2.10.2 Fundación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.....	15
2.10.3 Registro de Colegiación.....	16
2.10.4 Registro Sub-Especialidad y Especialidad.....	16
2.10.5 Aspectos Generales (Institución).....	16
2.10.5.1 Regulación Legal.....	17
2.10.5.2 Deben Colegiarse.....	18
2.10.5.3 Funciones.....	18
2.10.6 Régimen Organizacional.....	19
2.10.7 Educación Médica Continua (EMC).....	20
2.10.7.1 Fines de la Comisión.....	20
2.10.7.2 Objetivos.....	20
2.10.7.3 Aula Virtual.....	21
2.11 Internet.....	22
2.11.1 Origen Internet.....	22
2.11.2 Los Primeros Conceptos de Internet.....	24
2.11.3 TCP.....	24
2.11.4 Correo Electrónico.....	26

2.11.5 Comercialización.....	27
2.11.6 Expansión.....	28
2.11.7 Futuro.....	28
2.12 Página Web.....	29
2.12.1 Características de una Página Web.....	30
2.12.2 Tipos de Páginas Web.....	31
2.12.2.1 Páginas Web Estáticas.....	31
2.12.2.2 Páginas Web Dinámicas.....	31
2.12.2.3 Tiendas Online.....	31
2.12.2.4 Foros.....	32
2.12.2.5 Webs Corporativas.....	32
2.12.2.6 Páginas Web de Descarga.....	32
2.12.2.7 Páginas Dedicadas Exclusivamente a Noticias.....	33
2.12.2.8 Buscadores.....	33
2.12.2.9 Wikis.....	33
2.12.2.10 Páginas Web Audiovisuales.....	33
2.12.2.11 Sitios Educativos o de Capacitación.....	33
2.12.2.12 Páginas Web Corporativas.....	34
2.12.2.13 Juegos en Línea.....	34
2.13 Redes Sociales.....	34

2.13.1 Red Social Facebook.....	35
2.13.2 Fanpage.....	37
2.13.2.1 Funciones de una Fanpage.....	38
2.14 Telecomunicaciones.....	38
2.15 Información en Tiempo Real.....	39
2.16 Uso de Computadora.....	40
2.17 Medios Alternativos de Comunicación.....	40
2.18 Teleconferencias o Transmisiones en Vivo.....	41
2.18.1 USTREAM.....	42
CAPÍTULO 3.....	43
Marco Metodológico.....	43
3.1 Método.....	43
3.1.1 Método de Investigación.....	43
3.2 Tipo de Investigación.....	43
3.3 Objetivos.....	43
3.3.1 Objetivo General.....	43
3.3.2 Objetivos Específicos.....	43
3.4 Técnica.....	44
3.4.1 Observación Directa.....	44
3.4.2 Entrevista.....	45

3.4.3 Encuesta.....	45
3.5 Instrumentos.....	46
3.5.1 Ficha de la Entrevista.....	46
3.5.2 Preguntas de la Encuesta.....	47
3.6 Población.....	49
3.7 Muestra.....	50
3.8 Procedimiento.....	50
CAPÍTULO 4.....	52
Análisis y Descripción de Resultados.....	52
4.1 Encuesta.....	52
4.2 Entrevista.....	68
4.1 Tabla Comparativa.....	71
4.1.1 Puntos de Encuentro.....	72
4.1.2 Puntos Disensos.....	72
4.4 FODA.....	72
4.4.1 Fortalezas de Comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.....	73
4.4.2 Oportunidades de Comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.....	74
4.4.3 Debilidades de Comunicación del Colegio de Médicos y	

Cirujanos de Guatemala.....	75
4.4.4 Amenazas de Comunicación del Colegio de Médicos y	
Cirujanos de Guatemala.....	76
CAPÍTULO 5.....	78
Plan de Comunicación para Mejora la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y	
Cirujanos de Guatemala.....	78
5.1 Antecedentes.....	78
5.1.1 Historia.....	78
5.1.2 Funciones.....	79
5.1.3 Situación Comunicacional.....	79
5.2 Objetivos de Comunicación.....	79
5.2.1 Objetivo General.....	79
5.2.2 Objetivos Específicos.....	80
5.3 Identificar al Público.....	80
5.3.1 Target.....	80
5.3.2 Demografía.....	81
5.3.3 Nivel Socioeconómico.....	81
5.3.4 Medios de Comunicación que Utiliza el Target.....	81
5.4 El Mensaje.....	82
5.5 La Estrategia.....	83
5.5.1 Manual Corporativo.....	83

5.5.2 Remozamiento de la Página Web.....	84
5.5.3 Modernización de la Plataforma Aula Virtual.....	84
5.6 Acciones de Comunicación.....	85
5.6.1 Manual Corporativo.....	85
5.6.2 Remozamiento de la Página Web.....	87
5.6.3 Modernización de la Plataforma Aula Virtual.....	88
5.7 Presupuesto.....	90
5.8 Cronograma de Implementación de la Estrategia de Comunicación para el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.....	93
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
E-GRAFÍAS.....	101
ANEXOS.....	103
ANEXOS 2.....	108

INDICE DE TABLA

Tabla		Página
1	Rango de edad del colegiado (años).....	53
2	Tipo de institución en donde presta sus servicios profesionales.....	54
3	¿Conoce el trabajo de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?.....	55
4	¿Por qué medio se entera de las actividades que realiza el Colegio?.....	56
5	¿Tiene acceso a internet en su casa o lugar de trabajo?.....	57
6	¿Con qué tipo de acceso cuenta?.....	58
7	¿Con qué regularidad navega por internet en una semana?.....	59
8	¿Posee correo electrónico?.....	60
9	¿Con qué frecuencia recibe información a través de su correo electrónico las actividades del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?.....	61
10	¿Con que frecuencias ingresa a la página web del colegio (www.colmedegua.org)?.....	62
11	¿Utiliza las redes sociales como medio de comunicación personal y familiar?..	63
12	¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?.....	64

13	¿Sigues a nuestras cuentas en las redes sociales (fanpage: colmedegua.guatemala y la cuenta de twitter @colmedegua)?.....	65
14	¿La información que recibe en correo electrónico por mail del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y por redes sociales es?.....	66
15	¿En qué otras formas de comunicación le gustaría recibir la información?.....	67
16	Tabla Comparativa.....	71

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Tabla		Página
1	Rango de edad del colegiado (años).....	53
2	Tipo de institución en donde presta sus servicios profesionales.....	54
3	¿Conoce el trabajo de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?.....	55
4	¿Por qué medio se entera de las actividades que realiza el Colegio?.....	56
5	¿Tiene acceso a internet en su casa o lugar de trabajo?.....	57
6	¿Con qué tipo de acceso cuenta?.....	58
7	¿Con qué regularidad navega por internet en una semana?.....	59
8	¿Posee correo electrónico?.....	60
9	¿Con qué frecuencia recibe información a través de su correo electrónico las actividades del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?.....	61
10	¿Con que frecuencias ingresa a la página web del colegio (www.colmedegua.org)?.....	62
11	¿Utiliza las redes sociales como medio de comunicación personal y familiar?..	63
12	¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?.....	64
13	¿Sigue a nuestras cuentas en las redes sociales (fanpage: colmedegua.guatemala y la cuenta de twitter @colmedegua)?.....	65

- 14 ¿La información que recibe en correo electrónico por mail del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y por redes sociales es?..... 66
- 15 ¿En qué otras formas de comunicación le gustaría recibir la información?..... 67

RESUMEN

Universidad:	Universidad de San Carlos de Guatemala.
Unidad Académica:	Escuela de Ciencias de la Comunicación.
Autor:	Francisco Javier Polanco Figueroa.
Título de Tesis:	Evaluación de la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.
Planteamiento del Problema:	¿Cómo mejorar la comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala hacia sus agremiados?
Técnica:	Observación directa, entrevistas y encuestas.
Instrumentos:	Entrevistas presenciales y encuestas online.
Procedimiento:	

Para la base teórica de la presente investigación, se recopiló bibliografía en libros, folletos, revistas y más textos, así como también bibliografía en internet relacionada con el tema en cuestión. Se observó el trabajo realizado hasta la fecha por la oficina de comunicación de este colegio profesional y con base en dicha observación se planteó un problema, una investigación documentada con información proporcionada por los agremiados a través de entrevistas directas y encuesta online y posteriormente se integraron y analizaron los resultados sobre la percepción de la comunicación de este colegio profesional hacia sus agremiados y se procedió con las recomendaciones correspondientes.

Resultados Obtenidos:

Se identificaron varios problemas en el proceso de comunicación y la percepción de la información enviada de parte de la Junta Directiva de este Colegio Profesional hacia sus

agremiados, esto afectando la imagen institucional de la entidad, situación que dicha institución debe fortalecer.

Conclusiones:

Con base en los problemas de comunicación detectados, se desarrolló una propuesta de comunicación institucional para mejorar la información que emana de este Colegio Profesional para con sus agremiados. Dicha propuesta incluye la implementación de un Manual Corporativo para estandarizar el mensaje y la forma en que la institución comunica a sus agremiados la información que crea pertinente, además de la modernización de la página web de la entidad, un remozamiento visual con base en el esquema de colores y tipografías presentadas en el Manual Corporativo y también el mejoramiento de las transmisiones de la plataforma de Aula Virtual con la que ya cuenta este colegio profesional. Queda a discreción de la Junta Directiva actual la implementación de la propuesta presentada en esta investigación.

INTRODUCCIÓN

Tomando en cuenta que la comunicación es fundamental en la sociedad para compartir información y datos, esta investigación plantea una evaluación a la comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala fue fundado el 20 de marzo de 1947 en el Salón de Honor de la Escuela de Medicina de la Universidad de San Carlos de Guatemala – USAC- y según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001 se hace obligatoria la colegiación profesional de todos los egresados de la carrera de medicina o afines, de las distintas universidades del país y los extranjeros que quieran ejercer dichas profesiones en Guatemala.

El Marco Teórico es la bibliografía consultada con relación al tema comunicacional y sobre la institución misma, que busca respaldar teóricamente los conceptos que se utilizaron para la presente investigación; en el Marco Metodológico se describe el tipo de investigación realizada, el método y las técnicas utilizadas para la recopilación de datos para obtener la información que requería dicha investigación.

Para conocer la percepción de los agremiados hacia su colegio profesional, fue necesario realizar un diagnóstico de comunicación, entrevistado y encuestando a los colegiados de esta entidad de cómo perciben la información emanada de esta entidad, en donde se describen los problemas investigados y se aglutinan los resultados en barras, además se presentan las conclusiones después de realizado dicho estudio.

Se presentó una propuesta para mejorar la imagen de la entidad en un Manual Corporativo, que plantea una paleta de colores y tipografías específicas para la institución, dicha propuesta brinda los lineamientos necesarios para implementarse en la comunicación de la entidad hacia sus agremiados; la propuesta también abarca la actualización y remozamiento de la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

La propuesta también incluye el mejoramiento de la plataforma de la Comisión de Educación Médica Continua, denominada: Aula Virtual, una plataforma audio/visual para que los agremiados puedan asistir a todo tipo de conferencias a distancia.

La finalidad de este estudio es mejorar la comunicación que la Junta Directiva quiera brindar a sus agremiados, optimización del departamento de Comunicación de la institución y brindar directrices para el mejoramiento de la imagen del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

CAPITULO 1

Marco Conceptual

1.1 Título del tema

“Evaluación de la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala”

1.2 Antecedentes

Dentro del tesario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, consultada por este investigador, el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala no ha sido objeto de estudio. La Licenciada Milvia Noemí Garrido Cruz realizó una tesis sobre la Asociación de Ginecología y Obstetricia de Guatemala, una asociación adscrita al Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, pero no tiene relación con el tema en cuestión, así como también las tesis de la Master Mabel Nineth Barrios Mérida: Estrategia de Comunicación Organizacional Externa e Interna para el Colegio Estomatológico de Guatemala, que tampoco tiene relación con el tema de esta investigación. Se encontró una tesis sobre comunicación en un colegio profesional de la Licenciada Zuceth Jaqueline Jauch Agustín: Comunicación Interna en la Sede Central del Colegio de Economistas, Contadores Públicos y Auditores y Administradores de Empresas (Colegio de Profesionales de Ciencias Económicas), investigación que tampoco tiene relación con el tema en cuestión.

1.3 Justificación

La comunicación es un pilar fundamental para la sociedad, transmite ideas e información vital para cualquier grupo de personas, que necesitan emitirla y por ende, otro grupo que necesita recibirla. En un colegio profesional que agremia a más de 20,000 profesionales de la salud, entre médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia se evaluó la forma en que la Junta

Directiva comunica las ideas a sus colegiados y los medios por los cuales generan dicha información.

Bajo esta premisa y con los beneficios que ofrece una evaluación y nuevas e innovadoras propuestas sobre comunicación en un colegio profesional, el investigador y trabajador del mismo, observó inconsistencias en los procesos comunicativos que la Junta Directiva utilizaba para compartir información valiosa e importante para con sus agremiados, por lo que es necesario determinar las formas, canales y vías en cómo se transmiten estos datos.

Algunos de los canales en donde se transmite esta información es por la página web de este colegio profesional, además de una fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, en donde se publica información de las comisiones de trabajo de este colegio profesional, la cuota mensual que paga todo profesional bajo el decreto legislativo 72-2001 de obligatoriedad de colegiación profesional, el Congreso Nacional Anual de Medicina y la plataforma de Aula Virtual, un soporte virtual de transmisión en donde los colegiados que no pueden participar de cursillos de Educación Médica Continua, Congresos regionales y el Congreso Anual de Medicina, puedan optar por sus horas crédito con esta solución web.

Este investigador percibió varias debilidades en el uso de las herramientas de comunicación, siendo una de las principales la falta de estandarización en la forma de comunicar la información, por ende, la mala calidad comunicativa en la fanpage oficial, el poco desarrollo de la página web de este colegio profesional y la baja utilización y poca producción de la plataforma de Aula Virtual.

Es por eso que se hizo necesario conocer la opinión de la forma en que la Junta Directiva comunica la información a sus agremiados. Para identificar estas falencias comunicativas era necesario recopilar información por medio de entrevistas y encuestas a los agremiados, para tener una retroalimentación de lo que ellos piensan de su colegio profesional y la forma en que necesitan que llegue la información a cada uno de sus miembros.

Los resultados se evaluaron, integraron y describieron en esta investigación y posteriormente se desarrollaron varias propuestas de comunicación viable, eficiente y

eficaz para aprovechar de mejor forma los canales de comunicación con los que ya cuenta este colegio profesional y así, mejorar la imagen del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para con sus agremiados.

Las diferentes propuestas también buscan mejorar la recepción y aceptación del público objetivo de este colegio (médicos, médicos y sus especialidades, licenciadas y licenciados en enfermería y licenciadas y licenciados en fisioterapia) como una forma de comunicar limpia, prolija, eficiente, eficaz y que sea agradable a la vista del agremiado, así como también los accesos a la información del mismo de las funciones este colegio profesional.

1.4 Planteamiento del problema

La comunicación y sus procesos para hacer llegar información y mensajes de forma clara y concisa con vitales para la sociedad y las instituciones. La evaluación, investigación y planteamiento de soluciones comunicativas para este colegio profesional son fundamentales para tener retroalimentación de lo que los agremiados solicitaran y necesitan en información de este colegio profesional para con ellos.

Al considerar esto, se planteó unificar la comunicación que la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a través de esa red social, página web y plataforma de Aula Virtual tiene con sus agremiados, para que sea bien recibida por las personas que conformar este colegio profesional.

Lo que se buscó investigar en el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala de los resultados obtenidos en esta evaluación es para darle respuesta a la siguiente interrogante:

¿Cómo mejorar la comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala hacia sus agremiados?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Objeto de Estudio:

El objeto de estudio fue elaborar una: “Evaluación de la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala”

1.5.2 Limitación Geográfica:

La investigación se realizó en las instalaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, 0 calle 15-46 zona 15, Colonia El Maestro, Edificio de los Colegios Profesionales, 5to nivel, en donde se tuvieron todos los accesos a la fanpage, Aula Virtual y equipo para diseñar y compartir información.

1.5.3 Limitación Temporal:

El estudio se efectuó durante los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio del año 2015.

1.5.4 Limitación Poblacional:

Los agremiados que pertenecen al Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia.

1.5.5 Limitación Institucional:

La institución objeto de estudio fue el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

CAPITULO 2

Marco Teórico

2.1 Comunicación:

Para (Garrido, 2005: p.9) “la comunicación es un proceso continuo e interactivo, en el que se deben producir espacios de sintonía entre los involucrados o transceptores en lenguaje comunicacional. Cuando el acto ocurre, la transacción de estos mensajes coproducidos se genera a través de una relación no lineal de las partes: un sujeto que busca transmitir significado (en este caso el o los directivos de la organización), para lo cual deberá buscar los códigos aportados (compartidos) que le permitan generar una interacción continua con los auditores particulares y generales de su organización (sus pares, colaboradores y superiores)”.

Para (Koontz, 2004: p. 594) “la comunicación es la transferencia de información de un emisor a un receptor, el cual debe estar en condiciones de comprenderla. Tal modelo se centra en particular en el emisor de la comunicación, la transmisión del mensaje y el receptor del mensaje. También presta atención al “ruido”, que interfiere en la buena comunicación y la retroalimentación, que facilita la comunicación”. Esta definición confirma los procesos y pasos de la comunicación, un emisor, un receptor, un mensaje y un canal en el cual se transmite el mensaje, especifica también que el receptor debe ser capaz de comprenderlo, que debe aceptar el mensaje y que se deben utilizar términos que ambos, emisor como receptor, comprendan y acepten. Además, plantea sobre los distractores o ruidos que se generan en el proceso de comunicación, así como también la retroalimentación, esa respuesta que el emisor desea del receptor y que le ayuda el emisor a encontrar mejores herramientas para comunicarse con quien recibe el mensaje.

Para (Yepes, 1996: p. 385) “comunicar, en el sentido social aquí tratado, es algo más que informar; no es un puro decir, sino decir algo a alguien, un tener en común lo dicho. Comunicar es dialogar, dar una información a alguien que la recibe y que acepta como suya

y que responde. Se trata de un acto de interrelación personal dialogada en el cual se comparte algo”. Como lo describe el autor, comunicar una idea se basa en la proceso de comunicación.

Para (Williams, 1974: p. 15) “el significado más antiguo de esta palabra puede resumirse como la transmisión de ideas, informaciones y actitudes de una persona hacia otra. Pero, más tardó comunicación también llegó a significar una línea o canal que une un lugar con otro”.

Comparando las teorías de los autores anteriormente mencionados, la comunicación es un proceso que busca compartir ideas y brindar información, utilizando la base del proceso comunicacional en donde se provoquen cambios en el actuar del receptor y se tenga información valiosa como proceso de retroalimentación.

2.2 Proceso de Comunicación:

Con respecto al proceso de comunicación (www.koiwerrhh.com.ar) indica que “El proceso básico de comunicación es cuando en el mismo una persona “emisor” se pone en contacto con otra “receptor” a través de un mensaje (el cual es enviado por medio de un canal) y espera que esta última dé una respuesta ante lo que se le ha transmitido”.

2.2.1 Emisor:

Es quien emite un mensaje hacía uno o varios destinatarios. Es la persona o entidad encargada de compartir información importante para quien considera su recepto o público objetivo.

2.2.2 Codificación:

Se comprende como un proceso por el cual una persona o emisor, crea o prepara un mensaje que quiere transmitir a otra persona o grupo de personas para que pueda ser entendido. La creación de dicho mensaje depende mucho de la información que se quiera compartir, el canal por el cual se comparta dicha información y como se decida divulgarlo; también se debe tomar en cuenta el momento, lugar y forma de transmitir dicha

información, no dejando de lado el tipo de lenguaje a utilizar y sobre todo, el tipo de cultura en la cual se encuentra el entorno de la comunicación, tanto para el emisor, el canal y el receptor.

2.2.3 Mensaje:

Es toda la información que la persona o entidad encargada de transmitir una idea o mensaje quiere brindar a su público objetivo. En esencia, es el contenido informativo que se desea brindar o hacer del conocimiento de otra persona o un grupo de personas. Es importante resaltar que el receptor de dicho mensaje, debe manejar el mismo código comunicacional que el emisor emplea.

2.2.4 Canal:

Es el medio por el cual un emisor enviar la información que desea compartir con el receptor. Existen varios medios que utilizan personas o entidades para divulgar un mensaje, estos se utiliza el medio: visual, audio-visual, telefónico, radial, televisivo, a través de correos electrónicos, conferencias, revistas, periódicos y las nuevas plataformas digitales que combinan varios de los anteriores en mención.

2.2.5 Decodificación:

En un proceso por el cual, quien recibe un mensaje enviado por un emisor, decodifica el mensaje y entiende la información. Para que la información sea exitosa y el proceso de comunicación se cumpla a cabalidad, tanto el emisor como receptor deben interpretar el mensaje, entender sus códigos y límites comunicacionales.

2.2.6 Receptor:

Es la persona hacia quien va dirigido el mensaje, ya sea una sola persona o un grupo de personas; en algunos casos el mensaje puede ser general o un grupo muy específico. Es de mencionar, que el receptor debe conocer que códigos emplea el emisor para comunicar el mensaje, de no ser así, el proceso de comunicación se quebranta.

2.2.7 Retroalimentación o Feedback

Existe solamente cuando el receptor del mensaje de un emisor, acepta la información y comunica una respuesta a dicho emisor; en este punto se intercambian los roles del proceso de comunicación, convirtiendo al receptor del mensaje en un nuevo emisor. Dicho receptor al convertirse en emisor brinda una respuesta el mensaje inicial, siendo una comunicación positiva o negativa del mensaje principal, por eso se dice que cuando se obtiene respuesta, la misma es positiva, si por lo menos se recrea nuevamente el proceso de comunicación con roles intercambiados. Cuando el proceso de comunicación se da entre dos personas, la retroalimentación suele ser mucho más rápida y directa. Cuando hablamos de comunicación de una organización, la información suele ser masiva y dicha entidad necesita una respuesta del emisor, es por eso, que en algunos casos utilizan encuestas o entrevistas para medir los efectos de lo comunicado.

2.2.8 Ruido

Son los factores externos en el proceso de comunicación que impiden que el mensaje final llegue correctamente al receptor. En toda comunicación, ya sea persona, laboral, o empresarial, se deben tener en cuenta varios factores, tales como ¿qué vamos a comunicar? ¿cómo lo vamos a comunicar? ¿a quién queremos dirigir esa comunicación? ¿qué canal o canales de comunicación utilizaremos? y ¿cuándo lo vamos a comunicar?. Para evitar la mayor cantidad de ruidos y que nuestro mensaje llegue claro a nuestro grupo objetivo, debemos planificar el mensaje que enviaremos.

2.2.8.1 Tipos de Ruidos

Para (Interiano, 1995: p. 26): “Llamamos ruidos de la comunicación a todas las barreras o interferencias que impiden un libre flujo de mensajes entre un comunicador y un receptor. Estas interferencias son llamadas de distinta forma: barreras, ruidos, interferencias, obstáculos, etc., las barreras pueden provocar el rompimiento del proceso comunicativo en cualesquiera de las instancias del mismo, y pueden clasificarse, según su naturaleza, en: semánticas, psicológicas, fisiológicas”.

2.3 Imagen

Para (Chaves, 2006: p. 16) la imagen “remite a un hecho visual. Sin embargo suele aludir indistintamente a un fenómeno representacional de tipo ideológico, un fenómeno perceptual integral o un fenómeno estrictamente visual”.

El termino imagen, para el portal (<http://www.narceaeduplastica.weebly.com>) “proviene del latín imago que a su vez nos remite a imitari (retrato o reproducción). El diccionario la define como figura o representación de una cosa y por extensión como representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos. Frente a la palabra y la razón que han sido consideradas históricamente la fuente del conocimiento del mundo, la imagen ha quedado relegada a un segundo plano y ha sido considerada como una forma de conocimiento menor puesto que sólo alcanzaba la apariencia exterior de las cosas mediante la mimesis (copia o imitación).” Se puede afirmar que la imagen es un proceso de conocimiento o una forma aceptada por un grupo de individuos. Esta definición muestra la raíz de la palabra y nos lleva a entender que a parte de ser una forma de conocimiento, la mente humana utiliza la experiencia y lo vivido para reconocer algo o alguien. En el caso de una institución, su imagen es representada por su logotipo; un proceso de conocimiento previo y aceptación de la comunicación visual de una entidad a un sujeto.

2.3.1 Imagen Institucional o Imagen Corporativa:

Según el portal (www.taikosolutions.com) “la imagen institucional o corporativa, es un vehículo que da una proyección coherente y cohesionada, de una empresa u organización, una comunicación visual sin ambigüedades”. Es una forma de identificar a una persona, organización o empresa. Es la base de la percepción de una empresa o entidad, son sus logotipos, isotipos, isologo, slogan o todo lo referente a su misión, visión o quehacer diario. La elección de los colores, logotipos y símbolos, el estilo, la tipografía, un comunicado o una revista, son signos visibles de una organización. Una imagen institucional o imagen corporativa bien realizada no es un simple logotipo o escoger bien una paleta de colores. Es necesario mantener una coherencia visual en toda la comunicación que una empresa o institución realiza; folletos, papelería, páginas web, revistas, publicaciones de prensa etc.

La imagen institucional o identidad corporativa de una institución es su carta de presentación, su cara frente a su público objetivo; de esta identidad dependerá la imagen que se forme la organización.

2.3.2 Manual Corporativo:

El Manual Corporativo constituye una herramienta de imagen visual que se utiliza para manejar y dar directrices de la forma en que una entidad o empresa se presenta ante su público objetivo. Es la base fundamental de las formas gráficas de comunicación, que debe ser propia y diferente de otras entidades para entenderse como única e irrepetible. El Manual Corporativo contiene la finalidad de una empresa o institución, cual es su actividad principal o secundaria, que productos o servicios brinda y en algunos casos la historia de la entidad en el mercado y el uso de su imagen ante el público objetivo. Desarrollar un correcto manual corporativo es fundamental para el correcto uso y aplicación de una identidad corporativa.

2.3.3 Manual De Identidad Corporativa

El Manual de identidad corporativa, es la estandarización en colores, formas y tipografías de la imagen y la identidad de una empresa o entidad, el cual se encarga de la diferenciación visual de una empresa u organización. Implementa la estandarización de la comunicación institucional, define la paleta de colores, tipografías y más a utilizar para comunicar una idea a su grupo objetivo y que el mismo se sienta identificado con la institución.

2.4 Método:

El Método, según (Bunge, 1983: p. 24) “es el procedimiento para tratar un conjunto de problemas.” La metodología según (Órtiz, García, 2003: p 28) ” es por su naturaleza, cada problema para su resolución requiere de un conjunto de método, técnicas y procedimientos muy particulares. La ciencia cuenta con métodos particulares para resolver problemas específicos de determinada área del conocimiento”. Para comprender con claridad cómo funciona el método científico, se debe encarar con curiosidad frente a cualquier

investigación que permita utilizar técnicas y métodos especiales para encontrar una estructura específica del proceso a investigar.

2.5 Cronograma:

El cronograma, según (Órtiz, García 2003: p 98) “es el apartado del diseño de la investigación elaborado por quien habrá de realizar la investigación y en el que señala las diferentes etapas de realización del proyecto en relación con los tiempos estimados. Es el investigador, quien valorando sus posibilidades habrá de asignar los periodos, debiendo tener cuidado de no sobrestimarse, ser realista es lo más aconsejable”. Se requiere el respeto de los tiempos programados al iniciar una investigación, por que cuando no se sigue el lineamiento del tiempo estipulado, se puede caer en un desfase o incumplimiento de lo estipulado con anterioridad. Al cronograma también se le conoce con el nombre de: Calendario de Actividades o Gráfico de Grantt, no importando el nombre a utilizarse, es de suma importancia que en el mismo queden agendadas todas las actividades a investigar y su tiempo estipulado de realización, siempre con un orden cronológico de acuerdo a los requerimientos de la investigación. Con esta definición entendemos que el cronograma simplifica el trabajo, con la planificación adecuada y siguiendo al pie de la letra un cronograma ya establecido, lograremos con éxito alcanzar los objetivos trazados.

2.6 Segmentación

La segmentación es dividir a nuestro público objetivo por grupos iguales, encontrando variables equitativas en cada uno de ellos para luego separarlos. Jaques Antoine lo explica así (Antoine, 2003: p. 127) “es un método de análisis de datos, que permite responder a esta primera cuestión. Suponiendo que la respuesta sea la región, podemos plantearnos a continuación la pregunta de si, dentro ya de las regiones de fuerte consumo, es mejor segmentar atendiendo al sexo, a la edad, a la categoría socio-profesional para llegar a los grupos muy consumidores de cerveza. Se puede continuar el proceso y, por dicotomías sucesivas, constituir una arborescencia que logre identificar diferentes segmentos disjuntos, clasificables por referencia al criterio que sirve de base al análisis discriminante: aquí, bien el tanto por ciento de consumidores”.

2.7 Muestreo:

El muestreo, según (Hayes, 2009: p. 81) “es una técnica que consiste en recopilar información de todos nuestros lectores, y, en esencia, consiste en efectuar un muestreo de todos los casos posibles en nuestra población. En este caso, tenemos la certeza de que la muestra es representativa del conjunto de la población, porque la muestra, es la población.” Es tomar una pequeña porción de la población a estudiarse para recopilar la información que se desea obtener y realizar las técnicas necesarias para cumplir con los objetivos propuestos.

2.8 Técnicas de Recopilación de Datos:

2.8.1 Encuesta:

El portal la define (<http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>) como “una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población”. Con el uso de la encuesta se puede obtener información precisa de un grupo reducido de la población, datos que sirven de mucho para diferentes estudios, ya sea para entidades públicas o empresas lucrativas.

2.8.2 Entrevista:

La entrevista, según (Órtiz, García, 2003: p. 124) “es una práctica que permite al investigador obtener información de primera mano. La entrevista se puede llevar a cabo en forma directa, vía telefónica, enviando cuestionarios por correo, encuestas web y sesiones grupales”. La entrevista nos permite obtener información importante, directa y precisa para así poder generar un proceso de comunicación vital para la investigación porque se obtienen los datos al instante, con la retroalimentación. Es de suma importancia entender al público objetivo, conocer sobre el tema en cuestión de la entrevista, saber sobre sus necesidades, gustos y formas en que le gustaría recibir la información.

2.9 Salud:

La Salud, según (Hanchett, 1981: p: 48.) ”en algunas de sus definiciones se enfatiza en la ausencia de la enfermedad, otras se centran en el grado de independencia en la vida diaria, pero las más satisfactorias, destacan la autorealización, el logro del desarrollo pleno del individuo y la evaluación de la salud propia”. Define el no portar ningún tipo de enfermedad, logrando el bienestar del ser humano para sí y su entorno.

2.10 Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

2.10.1 Antecedentes Históricos de la Medicina:

La historia de los médicos en el país, comienza cuando los españoles ingresan a territorio guatemalteco. Cuando los españoles vinieron a América no trajeron médicos, como se cuenta, que Hernán Cortés se haya puesto en manos de los médicos nativos, para que le curasen las heridas que sufrió en la célebre noche triste: y que los religiosos hayan adoptado como médico de cabecera al célebre nativo médico que curó al Presbítero Fray Tomás de la Torre, de una afección crónica de los ojos, y más tarde, curó al sirviente de este cura de una enfermedad cardíaca. En la fundación de la Villa de Guatemala, Jorge de Alvarado mandó que se construya un hospital en los siguientes términos: “Otro si mando, que se señale un sitio para hospital, a donde los pobres, y peregrinos sean acorridos y curados: el cual tenga por nombre y avocación, El Espital de la Misericordia”. Este es el primer decreto de fundación de hospitales en el reino de Guatemala, dado el 22 de noviembre de 1527. El 9 de noviembre de 1530, los señores del Cabildo acordaron: “Que para hacer una casa, y hospital para la Santa Cofradía de nuestra Señora se diese un sitio de la Cruz, que está cerca de la fuente, entre los dos caminos de las calles Reales, e que allí se tome todo el sitio que para ello fuese menester”. El Licenciado Bartolomé de las Casas acordó en febrero de 1534 que cuando el hospital estuviera concluido, fuesen recogidos allí los enfermos, ancianos que no pudiesen trabajar y los niños huérfanos. El año 1537, aparece una Bula Papal de Paulo Tercio en que hace ciudad la Villa de Santiago de Guatemala y Catedral la Iglesia Parroquial, nombrando al primer Obispo que hubo en este reino, al señor don Francisco Marroquín, hombre de gran corazón y nobles sentimientos,

que tanto se interesó por mejorar las condiciones de los súbditos de la monarquía española. El primer médico español que pasó por el Reino de Guatemala, que se tiene noticia fue don Pedro López, quien acompañó a Hernán Cortés en sus expediciones por México y Honduras. En 1623 ejercía la medicina en Guatemala, el Licenciado Reyes y Bolaños. El 5 de enero de 1659 entró a la Antigua Guatemala el nuevo Presidente de la Audiencia, y que venían de España, Martín Calos de Mencos, en momentos en que el Ayuntamiento removía el asunto de la fundación de una universidad. Los dominicos tenían establecido, desde años antes, el Colegio de Santo Tomás, con algunas cátedras y habiéndose expedido la ley 2da, título 22, libro 1ero, de la Recopilación de Indias, en que se decía estar permitidos que hubiese estudios y universidades en varias ciudades que mencionaba, una de ellas la de Guatemala, y que se ganaran causas y diesen grados en ellas, se entendió que esto debía referirse al Colegio de Santo Tomás y el Obispo de la diócesis dio en él grados de doctores y bachilleres en medicina a varios estudiantes. Habiendo reiterado las suplicas al rey, para que concediese el establecimiento de una Universidad en Guatemala, se había mandado crear junta, compuesta por el Presidente, el Oidor Decano, el Fiscal, el Obispo y el Dean del Cabildo Eclesiástico, con encargo de examinar el asunto, pesando el provechos y los daños que la fundación pudiera ocasionar. Los estatutos de la Universidad hizo el oidor, Francisco Saraza y Arce, (que según el doctor Salazar no eran más que una burda copia de los estatutos mexicanos, basados en los estatutos de Salamanca, España) y remitiéndolos al consejo, en el años de 1681. Ya todo estaba preparado, faltaba la solemne inauguración de la Real Universidad de San Carlos, que tuvo lugar el día cinco de enero de 1681.

Para (Asturias, 1959: p. 117) “según el doctor Salazar, la cátedra de medicina no fue inaugurada el 5 de enero, sino algunos meses después (por no hallarse en Guatemala una persona idónea) en que por “Real Acuerdo” se nombró al bachiller don Nicolás de Souza, “persona de alguna recomendación y crédito, tomando posesión de la cátedra el 20 de octubre de 1681 y no teniendo por entonces más de dos discípulos. En 1687 el doctor Miguel Fernández, primer catedrático en propiedad de la misma Universidad y profesor de los dos primeros bachilleres en medicina que hicieron sus cursos en Guatemala, ellos fueron: Vicente Ferrer González y José de Medina. El primer médico nacido en Guatemala

fue Vicente Ferrer González, un 2 de septiembre de 1,717. Tuvieron que pasar varios años para que se graduara el segundo médico nacido en el país, el doctor José de Medina; una espera de 16 años para ser exactos en noviembre de 1,733. A mediados del siglo XVIII en la ciudad de la ciudad de Santiago de los Caballeros de Guatemala, se instituyó la Catedrú Prima en Medicina con un bachillerato en la materia, siendo José Felipe Flores el primer bachiller de esa promoción en graduarse en febrero de 1773. Después de graduado, el Ayuntamiento le solicitó combatir la epidemia que azotaba a la ciudad en julio de 1,773. La tifoidea se desató entre los habitantes en situación de pobreza y que cobró miles de vidas en el año siguiente. Se graduó de médico en 1,780, casi media década después que lo hiciera el doctor José de Medina. El doctor José Felipe Flores trabajó arduamente para implementar un programa específico de inoculación que le ayudó a combatir exitosamente en todo el territorio de la Nueva Guatemala de la Asunción, la viruela. Con el paso de los años, el doctor José Felipe Flores implemento las cátedras de Filosofía y Anatomía dentro del pensum de estudios e incluso, en sus clases de Anatomía Humana, utilizaba figuras humanas de cera como modelos del cuerpo humano, enseñanza que impartió en el Hospital San Juan de Dios. El doctor Flores estuvo a cargo de impartir la cátedra de Medicina, con ayuda de otros profesionales de la salud, aunque se dice que los alumnos, no sobrepasaban los diez estudiantes.

2.10.2 Fundación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala:

La historia de la fundación de este colegio profesional la plasma (COLMEDEGUA, 2007: p. 1) “El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala fue fundado el 20 de marzo de 1947 en el Salón de Honor de la Escuela de Medicina de la Universidad de San Carlos de Guatemala –USAC-“ y según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001 se hace obligatoria la colegiación profesional de todos los egresados de la carrera de medicina o carreras relacionadas con las ciencias de la salud, en este caso, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia, todos estos profesionales de las distintas universidades del país y los extranjeros que quieran ejercer dicha profesión en Guatemala.

2.10.3 Requisitos de Colegiación:

Los requisitos para ejercer en el país son los siguientes: (www.colmedegua.org) "título que le acredita como médico y cirujano, con sus 5 respectivos sellos: sellos de la Universidad donde egreso (2 en total), sello de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), sello de la Contraloría General de Cuentas y el sello del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Acta original de graduación o incorporación. Fotocopia de DPI o Pasaporte completo (caso de los extranjeros). Un ejemplar de tesis impreso y otro en un cd (en formato PDF). Fotostática del título, tamaño media carta de ambos lados. Fotografía tamaño cédula a color o en escala de grises y cancelar Q. 2,291.00 para la inscripción, papelería, carné, colegiatura anual e impuesto profesional".

2.10.4 Registro de Sub-Especialidad y Especialidad:

Para el registro en Guatemala de una especialidad, subespecialidad, maestría o doctorado en medicina, el médico debe presentar: el título original con sus 5 respectivos sellos: sellos de la Universidad donde egreso (2 en total), sello de la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), sello de la Contraloría General de Cuentas y el sello del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Fotostática del título, tamaño media carta de ambos lados autenticada por abogado y notario. Fotocopia de DPI o Pasaporte completo (caso de los extranjeros) autenticada por abogado y notario. Cancelar en el departamento de caja Q. 501.00. Si la especialidad, subespecialidad, maestría o doctorado en medicina fue realizado en el extranjero, el médico debe presentar: título original del país donde realizó la especialidad, transcripción del acta original de reconocimiento que extiende la Universidad de San Carlos de Guatemala. Fotostática del título, tamaño media carta de ambos lados autenticada por abogado y notario. Fotocopia de DPI o Pasaporte completo (caso de los extranjeros) autenticada por abogado y notario.

2.10.5 Aspectos Generales (Institución):

Según el portal web (www.colmedegua.org) "El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, es una asociación gremial relevante en la definición de políticas y estrategias en

el Sistema Nacional de Salud y Seguridad Social, regulando, promoviendo y defendiendo la práctica de la profesión médica y de otras profesiones integrantes de la institución, en beneficio de los colegiados y de la sociedad guatemalteca”. Como tal aglutina a todos los profesionales de las ciencias médicas en el país, ya sea graduados en el grado de Licenciatura en Medicina en cualquier universidad del mundo, haciendo su equivalencia de títulos por la Universidad de San Carlos de Guatemala. Es la institución que rige a los profesionales de la salud, médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia.

2.10.5.1 Regulación Legal:

Colegio Profesional: Según el Decreto Legislativo 72-2001 del Congreso de la República de Guatemala, en conformidad con los artículos 34 y 90 de la Constitución del país, la colegiación de los profesionales universitarios es obligatoria y tendrá por fines, la superación moral, científica, técnica y material de los profesionales universitario y el control de su ejercicio.

Que las normas contenidas en el Decreto Número 62-91 del Congreso de la República (www.congreso.gob.gt) “Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, necesita ser actualizada y adecuada a las disposiciones constitucionales relativas a la descentralización y al pleno ejercicio de los derechos políticos que permitan la igualdad de derechos y obligaciones de los profesionales que ejercen en todo el país. Considerando que las normas contenidas en la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria necesitan ser actualizadas y adecuadas a las disposiciones constitucionales y a las funciones y objetivos de los colegios profesionales, por lo que es conveniente y necesario dictar una nueva ley sobre la materia; por tanto, en ejercicio de las atribuciones que le confiere el artículo 171, literal a), de la Constitución Política de la República de Guatemala, decreta lo siguiente: LEY DE COLEGIACIÓN PROFESIONAL OBLIGATORIA en su capítulo I de disposiciones generales: en su artículo 1. Obligatoriedad y ámbito. La colegiación de los profesionales universitarios es obligatoria, tal como lo establece la Constitución Política de la República y tiene por fines la superación moral, científica, técnica, cultural, económica y material de

las profesiones universitarias y el control de su ejercicio, de conformidad con las normas de esta ley. Se entiende por colegiación la asociación de graduados universitarios de profesiones afines, en entidades gremiales, de conformidad con las disposiciones de esta ley”. Decreto Legislativo emitido el 30 de noviembre del año 2001 y publicado en el Diario de Centroamérica (diario oficial) el 21 de diciembre de ese mismo año.

2.10.5.2 Deben Colegiarse:

- a) Todos los profesionales egresados de las distintas universidades debidamente autorizadas para funcionar en el país y que hubieren obtenido el título o títulos.
- b) Los profesionales incorporados a la Universidad de San Carlos de Guatemala.
- c) Los profesionales graduados en las distintas universidades del extranjero, cuyos títulos sean reconocidos en Guatemala en virtud de tratados y convenios internacionales aceptados y ratificados por el Estado y que deseen ejercer su profesión en el país; y
- d) Los profesionales universitarios graduados en el extranjero que formen parte de programas de postgrado, entrenamiento u otras actividades para, desarrollarse en el territorio de la República por las distintas universidades del país, instituciones no estatales o internacionales o instituciones del Estado, autónomas o semiautónomas y las municipalidades, que por tal motivo deban ejercer la profesión en Guatemala, durante un lapso de tiempo máximo de dos años, no prorrogables, podrán hacerlo por el tiempo que dure la actividad respectiva, para lo cual se inscribirán en el registro de colegiados temporales que deberá llevar cada colegio profesional.

En los casos a que se refiere el inciso c) anterior, previo a la colegiación, los profesionales deberán cumplir con el procedimiento de reconocimiento de títulos, establecido por la Universidad de San Carlos de Guatemala.

2.10.5.3 Funciones:

Se entiende por colegiación la asociación de graduados universitarios de profesiones afines, en entidades gremiales, de conformidad con las disposiciones de esta ley. Regula el ámbito

de aplicación, período de gracia para nuevos colegiados, naturaleza y fines, constitución y registro, requisitos de calidad, pérdida de la calidad de activo, constancia de calidad, organización, función y atribuciones de los colegios profesionales, de la Asamblea General, sesión ordinaria, sesión extraordinaria, convocatorias, atribuciones de la Asamblea General, quorum y resoluciones, de la junta directiva, requisitos, atribuciones de la Junta Directiva, del Tribunal de Honor, Funciones y atribuciones, del Tribunal Electoral, Derechos y obligaciones de los colegiados, régimen económico y financiero, patrimonio, destino y fiscalización, inversiones de las reservas monetarias, sanciones y rehabilitaciones, apelación y ejecución de sanciones, gradación, publicidad de las resoluciones, usurpación de calidad y cooperación con la usurpación, información y registro, de la Asamblea de Presidentes de los Colegios Profesionales, funciones y atribuciones, organización y administración, patrimonio, impugnaciones, prohibiciones especiales, directorios, impuestos, publicaciones, colegiación afín, personalidad jurídica y período de ejercicio de las juntas directivas, reglamentación.

2.10.6 Régimen Organizacional:

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala está compuesto por una Junta Directiva, que se compone de un presidente, un vicepresidente, un secretario, un prosecretario, un tesorero y 2 vocales; un Tribunal de Honor que se comprende de un presidente, un vicepresidente, un secretario, cuatro vocales titulares y dos vocales suplentes; un Tribunal Electoral que se comprende de un presidente, un vicepresidente, un secretario y cuatro vocales titulares. También comprende dentro del organigrama del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, varias comisiones de trabajo (Plan Estratégico, 2014: p. 4) "las cuales son: la Comisión de Cultura, Comisión de Bioética, el Comité Editorial de la Revista Médica, la Comisión de Deportes, la Comisión de Escritores, Comisión de Riesgo y Desastres Naturales, Comisión de Educación Sexual, Comisión de la Marimba, Comisión de la Mujer Médica, Comisión del Grupo "Los Insocables", Consejo Médico Departamental, Comisión de Defensa Gremial, Comisión del Congreso Nacional de Medicina y las Comisiones de Auditoría Interna y Externa. Todos los participantes de la Junta Directiva y comisiones, deben ser médicos colegiados activos y sin ninguna falta al

código de Honor que maneja dicha institución. Para el correcto funcionamiento de la institución, la misma cuenta con un asesor legal, un asesor en informática y un asesor en comunicación. Además de un Gerente Administrativo, que tiene a su cargo todo el movimiento operativo y administrativo del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, junto con un Jefe del departamento de Contabilidad, un Jefe del Departamento de Informática, una secretaria asignada para el trabajo de cada una de las comisiones, así como un mensajero, una encargada de limpieza y un guardia de seguridad”.

2.10.7 Educación Médica Continua (EMC):

Es el ente permanente designado por la Junta Directiva, que tiene a su cargo las acciones de organizar, avalar y registrar las actividades académicas para la obtención y certificación de Créditos Profesionales Anuales, y mantener así su condición de colegiado activo.

2.10.7.1 Fines de la Comisión:

El Reglamento de Educación Médica Continua del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, aprobado en Asamblea General Extraordinaria del 10 de octubre del 2008 establece: (Colmedegua, 2008: p 3) “Se tiene como fin promover y facilitar de manera permanente la superación científica, académica y técnica de los agremiados del Colegio y Profesionales afines”.

2.10.7.2 Objetivos:

- a) Garantizar la prestación de Educación Médica Continua con visión de desarrollo humano integral bio-psico-social, con excelencia académica, científica, tecnológica, deontológica y cultural, para que los colegiados activos incrementen, de manera significativa y con calidad, sus conocimientos, destrezas, habilidades, actitudes, principios y valores.
- b) Planificar, organizar y coordinar las actividades de Educación Médica Continua del Colegio y Profesionales afines para todos los colegiados activos.
- c) Facilitar la obtención de horas crédito con la finalidad de acumular CPA y cumplir con lo establecido, al respecto, en los Estatutos del Colegio y demás leyes de Guatemala.

d) Avalar oficialmente las actividades académicas de las asociaciones a nivel nacional, hospitales escuela y programas de especialidades que hayan llenado los requisitos establecidos para el efecto.

e) Promover las actividades académicas, científicas y técnicas, a nivel nacional e internacional.

f) Propiciar que el agremiado del Colegio, mantenga su calidad de colegiado activo.

g) Promover el uso de la plataforma Aula Virtual para la profesionalización de los agremiados y Profesionales Afines.

2.10.7.3 Aula Virtual

Según el portal web (<http://apps.ucab.edu.ve>) “el Aula Virtual es una herramienta que brinda las posibilidades de realizar enseñanza en línea. Es un entorno privado que permite administrar procesos educativos basados en un sistema de comunicación mediado por computadoras”. Con base en lo anterior, Aula Virtual es una plataforma de “E-learning”, un proceso de comunicación que involucra una enseñanza y un aprendizaje, interactuando en ambas vías, compartiendo información y conocimientos claves para un grupo de personas. Dicha herramienta digital, se utiliza en una plataforma no presencial y con base en sistemas de computo, tanto para remitir como para percibir la información y esto se hace a través de tablets, teléfonos inteligentes o computadoras. En el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, el Aula Virtual está estrechamente ligada a la Comisión de Educación Médica Continua, pertenece a ella y se rige bajo sus funciones. En ella se transmiten video conferencias, cursillos, cursos regionales, actualizaciones de temas para generar Horas Crédito y el evento más importante del año para la institución, el Congreso Anual de Medicina. Esta herramienta es muy valiosa para los agremiados que vive fuera de la capital o en el extranjero, ya que les permite estar actualizado sus conocimientos médicos con nuevas técnicas, herramientas y medicamentos. Esta plataforma también co-ayuda a la acreditación de Horas Crédito Obligatorias por parte de los agremiados con la Comisión de Educación Médica Continua y también apoya a los agremiados con la participación a

distancia de todas las actividades que el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala quiere compartir o informarle a sus colegiados.

2.11 Internet:

2.11.1 Origen del Internet:

Para el portal (www.internetsociety.org) “La primera descripción registrada de las interacciones sociales que se podían habilitar a través de la red fue una serie de memorandos escritos por J.C.R. Licklider, del MIT, en agosto de 1962, en los que describe su concepto de “Red galáctica”.

Para ese año, Licklider creó en su mente una idea, conectar a distancia un grupo de ordenadores interconectados alrededor del mundo y por el cual las personas pudieran, no solo comunicarse, si no también compartir información. En esos años, tener una idea de tal magnitud parecía ilógico, pero con el paso del tiempo y el aumento de la tecnología, se ha logrado alcanzar ese sueño, el que Licklider alguna vez imaginó. Fue director de un importante programa de investigación y desarrollo informático, conocido como DARPA. Su trabajo fue conseguir a los mejores desarrolladores en su momento y convencerlos en trabajar en conjunto, para desarrollar la estructura básica de comunicación e interconexión de los operadores. Leonard Kleinrock, uno de los grandes desarrolladores de lo que hoy conocemos como WEB, publicó, en 1,961 el primer documento conocido sobre las teorías de comunicación informático de paquetes. Otros científicos y desarrolladores, con el paso de la década de los 60's desarrollaron y factibilizaron el uso de paquetes de información compartidos en vez de circuitos, siendo este vehículo, un gran paso en vista de las grandes redes informáticas. Para esa misma década y después de años de desarrollo informático, se logró que dos ordenadores se comunicaran e interactuaran entre si. Thomas Merrill, en 1,965, logró una conexión que a esa fecha parecía imposible, el ordenador TX-2, con sede en Massachusetts, estableció interacción informática con un ordenador californiano, el Q-32 que utilizaron una línea telefónica convencional de baja velocidad pero que funcionó como el canal para compartir información entre los ordenadores. Este experimento viabilizó

la primera red interconectada entre si y la posibilidad que dos ordenadores trabajaran, se comunicaran e interactuaran en el mismo tiempo, de la misma forma.

Roberts, en la misma década comenzó a trabajar para desarrollar más tecnología en la DARPA y así fusionar desplegar sus conocimientos para el plan: ARPANET el cual fue publicado en 1,967. Por esos años, un grupo de ingenieros y desarrolladores informáticos de RAND trabajaban, en paralelo con el desarrollo de ARPANET, el NPL donde se tuvo que adaptar a términos como “paquete informático” en dicho trabajo y la velocidad de ARPANET para seguir creando conexiones de ordenadores en diferentes puntos de la ciudad donde se trabajaba.

A principios de la década de los 70's, un grupo de ingenieros de UCLA instaló el primer IMP y con ellos, se conectó el primer host. Al cabo de un mes, se envió el primer mensaje de host a host desde el laboratorio de Kleinrock hasta el SRI. Se añadieron dos nodos más de la Universidad de California en la ciudad de Santa Bárbara y uno más de la Universidad Estatal de Utah.

Con el paso de los años, se agregaron más ordenadores que se intercomunicaron por ARPANET y se dio el comienzo del trabajo para poder conseguir un protocolo de comunicación más eficiente para conectar host a host completamente funcional y crear su propio software de red. Para inicio de esa década, los desarrolladores comenzaron a crear aplicaciones, esto gracias a la implementación de NCP dentro del ARPANET.

En los años siguientes, se añadieron más ordenadores a ARPANET y se siguió trabajando para conseguir un protocolo que conectara de host a host funcionalmente completo y otro software para la red. En diciembre de 1,970, el Network Working Group (NWG), bajo el liderazgo de Samuel Crocker, terminó el protocolo que conectaba host con host inicial de ARPANET, llamado Network Control Protocol (NCP). Cuando los sitios de ARPANET terminaron de implementar NCP, en el periodo de 1,971 a 1,972 los usuarios de la red pudieron comenzar a desarrollar aplicaciones. Con el incremento de desarrolladores interconectados en el ARPANET, se programó un software específico para poder compartir y recibir información, lo más elemental en diseño web del correo electrónico, una mejora

que el desarrollador e ingeniero Roberts amplió al compartir con varios destinatarios el envío de información a través del APARNET, convirtiéndose así en el primer correo electrónico compartido, que se podía leer, reenviar, compartir y guardar; fue literalmente, la aplicación en la red más importante de esa década.

2.11.2 Los Primeros Conceptos de Internet:

La ARPANET se desarrolló a hoy día en lo que conocemos como Internet. Internet es la base de la arquitectura informática en donde varias redes y ordenadores se conectan entre sí bajo el direccionamiento estricto del APARNET. Esto dio paso a la conmutación de paquete informáticos por línea telefónica, para luego convertirse en redes de paquetes satelitales, redes terrestres de radiopaquetes y otras redes. Con el diseño de arquitectura abierta, las redes individuales se pueden diseñar y desarrollar por separado, cada una con una propia interfaz, que puede ofrecerse a diferentes usuarios y variados proveedores, incluyendo otros proveedores de Internet.

La primera versión escrita del protocolo TCP/IP se desarrolló durante esta década. En (Briggs & Burke, 2002: p.345) amplia más sobre la historia de DARPA “En 1975, rebautizada como DARPA, tenía 2.000 usuarios. Los mensajes de correo electrónico eran la materia prima de su modo de comunicación y no todos tenían que ver con cuestiones de defensa. Entonces entra en escena la National Science Foundation (NSF). En un informe de 1974 emplea lo que pronto se convertiría en lenguaje familiar, pues habla de crear un «ámbito de frontera que ofrezca comunicación avanzada, colaboración y participación común en los recursos entre investigadores geográficamente separados o aislados». Tenía en mente un espectro más amplio de investigadores que los que usaban ARPANET”. Fue así como se construyeron las bases para la aplicación de los correos electrónicos, tal y como los conocemos hoy en día.

2.11.3 TCP

Científicos y desarrolladores de la Universidad de Stanford, crearon especificaciones detalladas, tres en total, para la implementación de interconexión e interoperación de

operadores a través de TCP. El ingeniero Bob Metcalfe, graduado de la Universidad de Harvard ideó una manera fácil y accesible del como poder utilizar cable coaxial, para diseñar y diagramar un complejo sistema de ancho de banda, el cual denominó «Ethernet».

Al aparecer los primero ordenadores de mesa y que la gente común podría adquirirlo, los científicos y desarrolladores se toparon con otro problema, la conexión de dichos ordenadores era distinta y no podrían leer los protocolos TCP para compartir información, por ello, investigadores del MIT trabajaron en la implementación de una forma sencilla y compacta del TCP para esas computadoras. Fue así como en 1,976 se conectó el primer computador hogareño a una red a través de la misma TCP.

En la década de los 80's se desarrolló el LAN, tanto para los computadores hogareños como para otro tipo de dispositivos, fue así como surgió la conexión a internet. La tecnología de Ethernet, fue fundamental para tal logro. Así lo afirma (Isaacson, 2018: p. 239) “ARPANET no era todavía internet; era solo una red. Al cabo de pocos años, habían aparecido otras redes de conmutación de paquetes, similares pero no interconectadas.” El paso de los años y el ímpetu por el desarrollo de las intercomunicaciones entre operadores, generó un aumento considerable en la escala de Internet, asociado a esto, un gran cumulo de problemas de gestión. Esto conllevó al trabajo acelerado de los científicos y desarrolladores para crear los hosts, que servirían, a su postre, para diferenciar las interconexiones en la red.

Los desarrolladores de USC/ISI, crearon un sistema de nombres conocido como DNS, que permitía un mecanismo escalable para resolver los nombres de los host jerárquicos y convertirlos a una dirección de internet. Por ejemplo www.123456.com.

Con el crecimiento y evolución del Internet, el desafío mayor fue la programación de software para generar los host. Se creó el protocolo TCP/IP que se utiliza en la actualidad para la conversión, en su momento, de diferentes sistemas operativos y que así fueran compatibles con todos los tipos de ordenadores, ya sean ordenadores en universidades importantes que invertían en el desarrollo de la web o simplemente en el ordenador casero que ya varias empresas, por esas fechas, comenzaban a fabricar.

2.11.4 Correo Electrónico:

Una de las principales bases del crecimiento exponencial del internet fueron las especificaciones gratuitas y documentos de programación de protocolos compartidos en la web. A finales de la década de los 60's en UCLA, un grupo de ingenieros trabajó en la programación de un protocolo especial para intercambiar datos por la red, ya que se escribían e imprimían en papel y se utilizaba el correo convencional; idearon una forma más fácil para poder compartir sus ideas, compactar los escritos y compartirlos por la web, interconectado varios ordenadores a la vez y que otros desarrolladores y programados pudieran conocer los avances. Siempre se tuvo la idea de esa distribución totalmente gratuita. Los principios de ARPANET e Internet en la comunidad científica universitaria promovieron la tradición académica de publicar ideas y resultados de forma totalmente abierta. Sin embargo, el ciclo normal de las publicaciones académicas tradicionales era demasiado formal y demasiado lento para el intercambio dinámico de ideas esencial para la creación de redes.

Al hablar del correo electrónico, se debe destacar la factibilidad con la que los programadores crearon los protocolos y estándares técnicos para que se convirtiera en una forma viable de compartir con varias personas, cierto tipo de información, no importando el servidor que utilizaran.

Para (Domínguez, 2003: p. 36) “El carácter abierto de las redes permite el ejercicio real de la pluralidad en cuanto recurso permanente de interacción. Las distintas herramientas de Internet: correo electrónico, entorno web, conferencias multimedia, audio-conferencias, foros de debate, comunidades virtuales, etc., son otros tantos canales de comunicación y de posibles empresas cooperativamente promovidas”.

Por ende, el internet se basa y es impulsado por la facilidad y capacidad para compartir todo tipo de información, desde la creación de paquetes informativos, protocolos, ordenadores y todo de tipo de programación, hasta la estructura arquitectónica con la cual se va diseñando el futuro de la web.

2.11.5 Comercialización:

Como toda gran industria, el internet debía crecer y lo hizo en muy poco tiempo y de forma exponencial. Al, con el paso del tiempo y desarrollo, de fácil y gratuito acceso para la mayoría de personas y que como comunidad de desarrolladores creció, las actividades comerciales también crecieron. En el año 1,991 se creó la Internet Society con el patrocinio de la CNRI (Corporation for National Research Initiatives) en los Estados Unidos.

En si, la comercialización del internet no solo implicó la ampliación de desarrollo de servicios de redes, sino también los productos informáticos y comerciales para la implementación de esa tecnología, tan nueva para esa década. En los 80's, muchos desarrolladores vieron la posibilidad de negocio, tanto en la estructura física de la web con la web misma, interconexiones, protocolos y patentes.

El desarrollo exponencial y creciente dentro de la web, han creado nuevas comunidades de desarrolladores, no precisamente ingenieros o científicos, ya que varias personas que trabajan para la web, no se consideran así; existen muchas personas de otras profesiones que están involucradas en el increíble crecimiento de la red. En más de dos décadas que lleva activo el internet, no se deja de ver la continua evolución en todos los campos, desde su organización, comercialización, ventas, patentes, desarrollo, programación, hasta personas y profesiones que trabajan en otras áreas, pero que mantienen a flote toda la estructura del internet.

Así lo afirma la publicación de (Enred, 2016: p 40) “Un entorno dinámico de comercio electrónico: para promover el despegue de los negocios electrónicos, con el fin de incrementar la competitividad de las empresas europeas y potenciar la productividad y el crecimiento, mediante inversiones en tecnologías de la información y las comunicaciones, recursos humanos (en particular, capacitación digital) y nuevos modelos empresariales, al tiempo que se respeta la intimidad”. Además, por medio de la web, también se comparten servicios, productos y toda una gama de ambiente de negocios que revelan, con el paso del tiempo, que la web será una estructura mucho más fuerte de la que conocemos hoy día y

que se llegará a un punto, en donde la mayor parte del comercio, se conozca, no solo como información en sí, sino también, como una plataforma vivía para la realización de negocios.

2.11.6 Expansión:

El desarrollo web y las ventas, siempre han estado ligadas al internet desde su creación. Conforme la misma fue creciendo y expandiéndose, no solo en Estados Unidos, sino también alrededor del mundo, nos dejó en claro que podía llegar a todos los rincones del planeta y compartir información de todo tipo con quien la desarrollará y quien la buscará, creando así, de cierta forma, una conexión.

En los últimos años, se ha desarrollado un nuevo tipo de negocio que se expande por la misma razón, que se expande el crecimiento de la web. Internet se ha convertido en un servicio de mercancías y va prestando mucha atención en todo lo que tenga que ver con la infraestructura de la información para apoyar a muchos otros servicios comerciales. Esto se nota en los desarrolladores de plataformas o navegadores de la red, permitiendo así a los usuarios navegar de forma fácil por la web, encontrar información, comprar, informarse y muchas otras actividades y paletas de opciones que la propia red brinda.

2.11.7 Futuro:

Internet ha evolucionado desde su creación y no es la misma que conocemos hasta ahora, sigue cambiando. Cualquier persona tiene acceso fácil a la red, encuentra información, comparte información, se convierte en emisor y receptor de la web.

Internet continuará evolucionando y con el tiempo ofrecerá nuevos servicios, nuevas formas de comunicación y transporte de datos a más velocidad; ha crecido de manera tan exponencial que puede transportar Streaming (audio y video). Su acceso es tan accesible como llevar un teléfono o una tablet en la mano y conectarse a la web. Está cambiando para poder acomodar nuevas tecnologías subyacentes con diferentes características y requisitos como el acceso residencial de banda ancha, proporcionado por proveedores de telefonía, fibra óptica o el uso de satélites. Conoceremos nuevas formas de acceso a la información,

más interactiva, más fácil de comprender y con una evolución significativa que aumentará el acceso a la red y que aprovechará las nuevas tecnologías para su desarrollo.

2.12 Pagina Web:

Una página web, es un sitio electrónico en donde personas, empresas o instituciones comparten información valiosa, general o específica, a su grupo objetivo a través de la red. En ellas, se puede brindar información de la empresa o institución, desde su misión, visión, valores, base ideológica, razón social o comercial hasta venta de artículos, descargas de contenido, información o capacitación. Así lo define el portal web (<https://www.informaticamilenium.com.mx>) “Un sitio web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, incluyendo una página inicial de bienvenida generalmente denominada home page, a los cuales se puede acceder a través de un nombre de dominio y dirección en Internet específicos. El World Wide Web, o simplemente Web como se le llama comúnmente, está integrado por sitios web y éstos a su vez por páginas web. La gente suele confundir estos términos, pero un sitio web es en realidad un conjunto de páginas web”.

Las páginas web son desarrolladas y utilizadas por entidades públicas o privadas, por organizaciones no lucrativas o personas que deseen tener interacción con su grupo objetivo. En el caso de las entidades lucrativas, pueden difundir el mensaje de sus productos o servicios, sus ofertas o bienes que distribuyen por la web. Para las empresas, organizaciones y personas, su página web es una versión actualizada de una tarjeta de presentación, que conlleva su información general, ubicación y contactos, en este caso, se diseña tomando en cuenta la información o imagen que se desea transmitir.

Así lo afirma (Pérez-Montoro, 2010: p. 22) “técnicamente, el usuario es aquella persona que, para cubrir algún tipo de objetivo, visita una página web e interacciona con ella. Normalmente, el objetivo que se quiere cubrir es satisfacer alguna necesidad de información, aunque, en otras ocasiones, lo que se busca es, además, realizar una acción, como, por ejemplo, cuando realizamos una compra por internet”.

En resumen, una página web es la carta de presentación de una entidad, empresa o institución, en donde despliegan, de forma objetiva, toda la información que deseen, que sus usuarios o visitantes, sepan y conozcan de ellos. Las páginas web de instituciones precisan de toda la información que su grupo objetivo desee encontrar, evitando así, dirigirse a un lugar en específico para encontrar dicha información, más ahora que la tecnología está avanzando a pasos agigantados, es mucho más fácil conseguir dicha información en un ordenador de escritorio, computadoras portátiles, tablet o incluso desde su mismo celular, siempre y cuando se tenga una conexión a internet por medio de telefonía, ya sea domiciliar o de datos o por conexión de fibra óptica.

2.12.1 Características de una Página Web:

El desarrollo de las páginas web se realiza a través de varios lenguajes de marcado (por ejemplo, HTML, PHP, ASP, JSP). Estos lenguajes son interpretados por varios navegadores disponibles para computadoras de escritorio, portátiles, tablets o teléfonos celulares y les permiten:

- Información básica de la persona, empresa o institución
- Color
- Contenido
- Sobriedad
- Enlaces a Redes Sociales de la persona, empresa o institución
- Diseño atractivo
- Tener coherencia, tanto en información, texto, tipografía y color.
- Imágenes
- Audios y videos
- Animaciones
- Menús de información
- Sub-menús de información.
- Acceso a pagos.
- Ventas remotas.

2.12.2 Tipos de Páginas Web:

Según la finalidad de la persona, empresa o institución, así será su página web. No todas las páginas aglutinadas en la web se utilizan con los mismos fines, algunas solamente brinda información de la entidad y otras pueden vender productos o servicios. Así lo José Galán en su portal web (<https://www.josegalan.es>) en donde indica sus clasificaciones: “Páginas web estáticas, dinámicas, corporativas, tiendas on-línea, de videojuegos, foros, descargas, buscadores, noticias, wikis, audiovisuales, educativos, de capacitación y redes sociales”.

2.12.2.1 Páginas Web Estáticas

Las páginas web estáticas se dedican solamente a compartir información que la entidad o persona, desea que su público objetivo conozca. No cuenta con interacción con su lector y se basan solamente en la lectura de información. Muchas de estas páginas web son netamente para compartir información.

2.12.2.2 Páginas Webs Dinámicas

El contenido de estas páginas web, a diferencia de las páginas anteriores netamente estáticas, pueden interactuar con los usuarios que las visitan. Estas páginas web pueden ser modificadas, muchas de ellas interactúan con bases de datos para recopilar información con formularios, textos de opinión o dan acceso al visitante a imágenes, videos o fotografías. En este tipo de páginas y su programación, se valora la retroalimentación que el usuario tenga hacia la empresa, por un producto o un servicio. Con base en este tipo de páginas web podemos encontrar también blogs, ecomers con carritos de compra, pago y adquisición de productos o servicios, audiovisuales y más.

2.12.2.3. Tiendas Online

Los ecomerces o tiendas online, como se les conoce comúnmente, son sitios webs en los cuales se comercializan productos o servicios. Son de gran crecimiento en la actualidad, ya que muchos usuarios valoran mucho más, por efectos de tiempo o tráfico, las compras en línea y muchas empresas que venden productos o servicios han tenido que emigrar a este

tipo de negocios en línea para estar a la vanguardia de la tecnología y no ser olvidados por los usuarios. Su evolución ha sido tan grande que varias empresas como Alibaba, Rakuten o Amazon, se han convertido en pioneras de las ventas y distribución de productos en línea, sin importar el país de origen o de compra. Algunos negocios locales o pequeñas empresas, también han migrado sus servicios a la web, para poder ofrecer sus productos de una forma más fácil a su consumidor final.

2.12.2.4 Foros

Estas páginas web, también conocidas como comunidades web, son espacios virtuales en donde varias personas con intereses en común, discuten sobre ciertos temas. Estos foros suelen ser programados por uno o varios administradores que proponen temas y los usuarios tienen la libertad de expresar sus puntos de vista sobre dichos temas. En algunas páginas web mucho más completas, se puede incrustar un espacio de foro para discutir temas en específico.

2.12.2.5 Webs Corporativas:

Este tipo de páginas web, son utilizadas principalmente por empresas para dar a conocer su información, entre ella, misión, visión, valores, ubicación y más detalles de la misma, también comparten información de su procedencia y a que se dedica dicha empresa. En ellas, se suelen mostrar precios, servicios, productos y más siendo solamente de información, a diferencia de las ecommers que tienen la opción de ventas.

2.12.2.6 Páginas Web de Descargas

El principal objetivo de estas páginas web es compartir información, ya sea escrita o encriptada. El usuario busca un tema determinado y otros usuarios, conectados en diferentes servidores, pueden compartir, subir o descargar uno o varios archivos relacionados con la búsqueda. Muchos de estos archivos a descargar suelen ser software para computadoras, programas especiales para computadoras, archivos de diferentes tipos, videos, música, libros, etc.

2.12.2.7 Páginas Dedicadas Exclusivamente a Noticias

Este tipo de páginas web se dedican exclusivamente a la divulgación de información noticiosa. Un administrador de dicha web comparte noticias de interés para que los usuarios solamente lean sobre los sucesos acontecidos, ya sea a nivel nacional o mundial. La mayoría de canales o radios especializados en noticias poseen una página web en donde comparten con los usuarios las noticias que deseen compartir, ya sean, noticiosa en sí, musical, farándula o deportiva.

2.12.2.8 Buscadores

Como su nombre lo indica, sirve para realizar consultar y búsquedas de todo tipo en la web; el usuario realiza una solicitud de información específica y la página web “buscador” le entrega un resultado enlistado otras páginas web que el usuario podrá consultar y encontrar la información requerida.

2.12.2.9 Wikis

Estas páginas se dedican a compartir todo tipo de información en donde los usuarios pueden crear y modificar la misma sin ningún tipo de restricciones. Una de las wikis más utilizadas a nivel mundial y con traducción en más de 20 idiomas es wikipedia.

2.12.2.10 Páginas Web Audio-Visuales

Existen varias webs en la que los usuarios pueden acceder a contenido audiovisual, una de las más conocidas es Youtube, pero también existe Dailymotion y Vimeo, que son más utilizadas por jóvenes.

2.12.2.11 Sitios Educativos o de Capacitación

La educación a distancias, conocida como capacitación online o e-learning, ha crecido exponencialmente en la última década. La conexión a internet es vital para este tipo de educación, ya que permite la formación a distancia, en donde un capacitador puede comunicarse y compartir su conocimiento con uno o varios estudiantes. Para llevar a cabo este tipo de formaciones existen páginas webs que se denominan “Aulas Virtuales” donde

los alumnos pueden ver los contenidos, interactuar con otros alumnos o realizar consultas a los profesores o capacitadores los temas que se están compartiendo.

2.12.2.12 Páginas Web Comparativas:

En la red podemos encontrar varias páginas web que se dedican a la comparación de productos o servicios; los usuarios acuden a ellas para confrontar ciertos datos, muchos de ellos especialmente de servicios. Grandes empresas han utilizado este tipo de páginas web como su fuente principal de negocio y las mismas generan ganancias en comisiones por la comparación de un servicio o producto.

2.12.2.13 Juegos en Línea

Estas páginas web representan uno de los mercados con mayor auge en este siglo. A nivel mundial, desde los inicios de internet, este tipo de páginas web han crecido mucho y su presencia en la web es cada vez más tangible. Existen varias páginas web de juegos en línea en donde los usuarios pueden interactuar con otros usuarios o bien, escoger un juego y llevar un registro “on-line” de su progreso dentro del juego seleccionado.

2.13 Redes Sociales:

Las redes sociales permiten a las personas conectarse entre sí, a través de la web, para poder comunicar ideas, pensamientos o simplemente para informar de temas variados a familiares, amigos o compañeros de trabajo que se encuentran dentro de una misma red, en la cual pueden intercambiar videos, textos, fotografías, mensajes instantáneos y mucho más.

Todas las personas se conectan entre para compartir varios fines, ya sea de índole personal, profesional o de pasatiempos. Para lograrlo esto, se necesita compartir intereses y gustos entre sus miembros. Al hablar de redes sociales, debemos hablar de las más comunes como Facebook, twitter, instagram o youtube; pero también existen redes sociales profesionales, como LinkedIn. Las redes sociales en sí, tienen una finalidad concreta, mantener comunicado a sus usuarios no importando sus intereses o el lugar en el mundo en donde se

encuentren. De la misma forma cada persona que decide formar parte de una red social puede conseguir objetivos distintos.

Esto lo asegura el portal (<https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>) que dice: “Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas. Las Redes Sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos”. En sí, son centros digitales en donde los usuarios comparten información, intereses o noticias de lo que pasa en sus vidas o bien, desde el ámbito empresarial, la conexión que cualquier empresa o entidad quiere tener para con su público objetivo.

2.13.1 Red Social Facebook

Según el portal: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social> “La historia de Facebook comienza en octubre de 2003, cuando a un jovencísimo Mark Zuckerberg se le ocurre crear una web para entretener a sus compañeros de Harvard. El sitio se llamaba Facemash y servía para que los estudiantes pudiesen juzgar el atractivo de otros estudiantes y hacer rankings. A los dos días el sitio fue cerrado por utilizar fotos sin permiso, pero en este tiempo ya había alcanzado más de 22.000 visualizaciones de imágenes”. La red social Facebook llevó esta idea a Internet, primero para los estudiantes estadounidenses y abrió sus puertas a cualquier persona que cuente con una cuenta de correo electrónico.

Para el año 2,004, la red social Facebook tenía alrededor de un millón de usuarios, una pequeña oficina en Palo Alto, California y había recibido el apoyo financiero US\$ 500,000 y unos años después por más de US\$ 12 millones. En ese mismo año se incorporaron a la red social, alumnos de unas 25 mil escuelas públicas y más de dos mil universidades alrededor de Estados Unidos. La cifra llegó a un total de 11 millones de usuarios a nivel global.

Para el año 2006 Facebook se "hizo de dominio público", ya que no solamente permitió el acceso a estudiantes de escuelas y universidades, sino que abrió la puerta para que personas, que contaran con un correo electrónico, pudieran registrar su actividad en dicha red social.

Para febrero del año 2007, llegó a tener la mayor cantidad de usuarios registrados, más que cualquier otro sitio web mundial, registrando a casi 20 millones de personas en todo el mundo, debido a que originalmente sólo fue publicado en inglés. Se vendió parte de sus activos a la empresa Microsoft a cambio de más de US\$ 240 millones y se convirtió en un modelo de negocios digital, nunca antes visto en la era de internet. Una de las estrategias de su fundador fue abrir la plataforma Facebook a otros desarrolladores para generar más contenido y aumentar el flujo de negocios de su empresa. La red social Facebook pretende volverse un sistema operativo. El "sistema operativo social de la Web", según declaró su fundador Mark Zuckerberg.

Cualquier persona que se registra con un correo electrónico tiene acceso a esta red social y por ende está abierto al mundo de las comunidades virtuales. Para el año 2010, la red Social Facebook conectó a más de 500 millones de personas en todo el mundo.

El portal web <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/> la define así: "Facebook es una red social que fue creada para poder mantener en contacto a personas, y que éstos pudieran compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus propios amigos y familiares. Es uno de los canales digital más conocidos por todos los usuarios que navegan hoy en día por Internet. De hecho, según los estudios que se han realizado en el último año, tras Whatsapp es la segunda red social más utilizada. En ella puede registrarse todo tipo de usuarios: personas físicas, empresas, o grandes marcas, para estar en contacto unas con otras y poder así compartir contenido".

La propuesta económica o modelo de negocio de la red social Facebook es que, para quienes la desarrollen en conjunto con sus programadores, pueden quedarse con un porcentaje de las ganancias generadas por la venta de espacios publicitarios o por las transacciones realizadas en dicha red social. Lo más importante, es la dimensión virtual del

sistema: cuando un familiar o amigo agrega una aplicación, la misma se despliega en su página de Facebook y en su perfil. Clickear lleva a la aplicación y permite interactuar directamente con la misma. Crea un link directo de esa aplicación aperturandolo desde esta red social. Esta red social está prohibida en varios países, este es el caso de Irán, Birmania y Bután pero es libre de usarse en todo el mundo.

2.13.2 Fanpage:

Para el portal web <https://neoattack.com/neowiki/fan-page> “una Fan Page o página de Facebook es una sección creada dentro de la red social para hacer las veces de canal de comunicación de una marca con sus fans o seguidores a través de esta. Actualmente, es el principal medio de interacción entre compañías y consumidores en Facebook. Un lugar donde se informan de sus novedades, donde realizan consultas y donde consiguen esa interacción tan importante en el marketing moderno”. Los usuarios buscan conectarse con su marca de forma, eficiente, clara, fácil y directa, poder interactuar directamente con ella para establecer una comunicación fluida y, así, obtener el mejor servicio posible. Las fanpages en esta red social han cobrado especial importancia debido precisamente a eso, su facilidad e interacción inmediata.

Con esta herramienta virtual, las empresas y organizaciones se ahorran el comprar espacios en grandes canales de difusión o medios convencionales de información o transmisión, principalmente en los medios de comunicación masiva y a un costo muy elevado sin tener una interacción directa con su grupo objetivo o bien, obtener la retroalimentación que se desea. Como es conocido, las redes sociales se han vuelto muy populares en los últimos años y cualquier persona que tenga una conexión a internet y un dispositivo móvil, computadora de escritorio, tablet o computadora portátil, puede acceder a ella, situación que no ha pasado desapercibida por las compañías, marcas o instituciones para hacer su comunicación mucho más efectiva y directa. Las compañías e instituciones se han mudado a las redes sociales para facilitar esa interacción con el consumidor tan importante a la hora de mejorar no solo la imagen, sino también de transmitir información sobre productos y servicios, así como resolver cualquier posible incidencia o duda.

Las fanpages gozan de un elevado índice de difusión gracias tanto al alcance de internet como a la extensión que posee Facebook. Esta red, que cuenta con millones de usuarios alrededor del mundo, puede ser el lugar idóneo para contactar con el público directamente y estrechar lazos, hasta el punto de generar una mayor tasa de clientes fieles a la marca, eso contando también la poca inversión que se debe hacer para vectorizar al público objetivo.

Así también lo explica el portal web (<https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/>) “la Fanpage es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con fans dentro de Facebook (fan page = página para fans, en traducción literal). A diferencia de los perfiles, las fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común”.

2.13.2.1 Funciones de una Fanpage:

Hoy en día, es muy común que cualquier persona con un correo electrónico se registre con un perfil para tener interacción con sus familiares y amigos, pero no todos pueden diferenciar un “perfil” de facebook de una “fanpage”. En la actualidad todavía podemos observar a muchas empresas haciendo marketing en Facebook de forma incorrecta, utilizando perfiles personales en lugar de páginas.

Las funciones de una fanpage las explica el portal web (<https://neoattack.com/neowiki/fanpage/>) “una Fan Page sirve para que una firma, marca, empresa, institución o negocio, goce de presencia propia en Facebook. Es una especie de página especial dentro de la red social pensada con el fin de facilitar la comunicación a cualquier profesional o compañía, con todos los puntos positivos que esto supone. Ayuda a reforzar la presencia de una marca, otorga buena imagen al demostrar el interés por difundirse por otros canales, como también por la intención de ofrecer respuestas a los consumidores. Es todo un cúmulo de beneficios a los que se puede sacar mucho partido si realmente se aprovecha como es debido”.

2.14 Telecomunicaciones:

Las telecomunicaciones (Koontz, 2004: p. 616) establece que “en la actualidad se ha generalizado el recurso de las telecomunicaciones. Muchas compañías ya utiliza con

efectivamente esta nueva tecnología de diversas maneras, como por ejemplo: un gran banco proporciona a sus clientes hardware y software para que puedan transferir fácilmente fondos a sus proveedores, muchas compañías cuentan en la actualidad con información detallada sobre su personal (incluidas evaluaciones de desempeño y planes de desarrollo de personal) en un banco de datos. Como puede verse, las telecomunicaciones tienen muchas aplicaciones. Para que los sistemas de telecomunicaciones sean eficientes, los técnicos deben hacer todos los esfuerzos necesarios por identificar las necesidades reales de administradores y clientes y por diseñar sistemas verdaderamente útiles”. Por ende, las telecomunicaciones son la transmisión a distancia de datos de información por medios electrónicos o tecnológicos de una persona a otra o de una empresa o institución a su público objetivo. Los datos de información son transportados a los circuitos de telecomunicaciones mediante señales eléctricas.

2.15 Información en Tiempo Real:

El avance de la tecnología, la rapidez con la que la información viaja en este mundo cada vez más globalizado y la mínima distancia o poca brecha que separa a los seres humanos, ha sido el resultado del trabajo de grandes compañías y personas extremadamente inteligentes que trabajan en sistemas informáticos electrónicos que han disminuido el tiempo de traslado de la información de un punto a otro. En estos días, es tan fácil como tener a mano un celular y una conexión a internet para poder comunicarse con cualquier persona, empresa o entidad a través de millones de herramientas, alrededor del mundo. Una de esas principales herramientas son las redes sociales. Esto explica (Koontz, 2004: p. 647) sobre la información en tiempo real “es uno de los avances más interesantes obtenidos del uso de la computadora y de la recopilación, transmisión y almacenamiento electrónico de datos es el desarrollo de sistemas de información en tiempo real. Esta es la información acerca de lo que ocurre en el momento mismo en que ocurre. Ello es técnicamente posible gracias a varios medios para la obtención de datos en tiempo real de muchas operaciones. En muchas áreas es posible recopilar datos en tiempo real que midan el desempeño. Tal vez en muchos otros casos también sea posible comparar estos datos con normas e incluso

identificar programas de corrección y la instrumentación de estos programas probablemente sean tareas que impliquen la dedicación de mucho tiempo”.

2.16 Uso de la Computadora:

El uso de computadoras para el manejo y principalmente para la transmisión en red de la información, es cada día más común. En muchos hogares, empresas o entidades, la computadora es bien que ayuda a la transmisión de la información de una forma ágil y objetiva. Esto lo asegura (Koontz, 2004: p. 618) y resalta que “es el procesamiento electrónico de datos que hace posible hoy en día manejar grandes cantidades de datos y poner la información a disposición de un gran número de personas. De este modo, un individuo puede obtener, analizar y organizar datos recientes a un costo muy reducido. Aún así, no se debe olvidar que los datos no necesariamente son información; la información debe informar a alguien. Los nuevos programas gráficos de cómputo pueden informar visualmente, mediante la exhibición de información importante de las compañías”. Con las nuevas tendencias en tecnología la comunicación ha sufrido cambios, primordialmente en la velocidad de transmisión y también han utilizado nuevas herramientas para dar a entender la comunicación. Así también lo comparte (Thompson, 1998: p. 241) “la digitalización de la información, combinada con el desarrollo de las tecnologías electrónicas relacionadas (microprocesadores, etc.), ha incrementado en gran medida la capacidad de almacenar y transmitir información, y ha creado las bases para una convergencia de tecnologías de la información y comunicación; de ahí que la información pueda ser adaptada de manera relativamente fácil de un medio de comunicación a otro”.

2.17 Medios Alternativos de Comunicación:

Las formas en que nos comunicamos entre los seres humanos o en la cual una persona, empresa o entidad quiere darse a conocer o compartir información, ha cambiado a lo largo de los siglos. Desde las primeras escrituras, dibujos rupestres, sonidos, creación de un alfabeto, palabras y oraciones e idiomas, hasta ese cambio de lo análogo a lo digital, ha sufrido algún tipo de cambio. Desde el telégrafo, el teléfono, la radio y la televisión, hasta la introducción del internet a mediados del siglo XIX, su evolución y su futuro, es notable

que ese cambio continúe. Si a esto le agregamos la implementación de la tecnología en la comunicación, de seguro los cambios serán sustanciales, incluso en lo que se desea comunicar, como información, entretenimiento, noticias, transmisión de conocimientos, estadísticas y más. Esta evolución ha cambiando también las formas y la velocidad en que se lleva el proceso de comunicación, tal como lo describe (Carpenter & McLuhan, 1974: p. 155) “en esta situación social profundamente trastornada, es natural que muchos maestros consideren los nuevos medios de comunicación como una forma de entretenimiento más que como auténtica educación. Pero esto no resulta convincente para quien estudie el problema. No se encontraría a un solo clásico que no fuera considerado originalmente como entretenimiento ligero”.

2.18 Teleconferencias o Transmisiones en Vivo:

Los medios convencionales de comunicación han evolucionado con el paso del tiempo. Desde compartir las primeras noticias en una emisora de radio, leer en periódicos impresos la información de un día anterior, pasar por programas televisivos, hasta el ocio de series a través de las plataformas virtuales, todos esos proceso de hacer llegar un mensaje a un grupo objetivo, también han evolucionado. Hoy en día, la utilización de una computadora con una conexión a internet, se hace cada vez más frecuente en nuestro medio, las formas en cómo nos entretenemos o informamos, también nos definen como seres humanos. Desde las transmisiones en vivo de noticieros radiales y televisivos, hasta ver videos en plataformas digitales y redes sociales, la información sigue llegando al destinatario, han cambiado los canales de comunicación, más no ha cambiando el proceso comunicacional en sí. Para cualquier persona, trabajador o profesional, los tiempos se han acortado, incluso se pueden recibir cursos, talleres o diplomados a través de la web. A esto se refiere (Koontz, 2004: p. 617) cuando hablamos de teleconferencias “compañías como IBM, Bank of América y Hughes utilizan ya desde hace tiempo las teleconferencias. Debido sin embargo a la amplia variedad de sistemas (como sistemas de audio, sistemas de audio con exhibición de imágenes en un monitor de video y sistemas de video en vivo), el término “teleconferencias” es difícil de definir. En general, la mayoría de la gente concibe las teleconferencias como la interacción de un grupo de personas por medio de sistemas de

audio y video con imágenes fijas o móviles. El video móvil se emplea con frecuencia para la celebración de reuniones entre administradores. Éstos no sólo se escuchan entre sí, sino que además pueden verse o comentar algún recurso visual. Este tipo de comunicación es, desde luego, un tanto costosa, de modo que se le puede suplir con audio en combinación de video fijo. Este método de comunicación puede ser útil para la exhibición de gráficas o ilustraciones durante una conversación técnica”. Apoyando así la implementación de la tecnología para compartir conocimientos y que una persona o un grupo de personas que estén lejos de un lugar en especial o no puedan asistir a una capacitación por diversos factores, tengan la facilidad de encontrar una solución web que, desde la comodidad de su casa, oficina, trabajo o consultorio, puedan ver.

2.18.1 USTREAM

Este servicio, algunas veces gratuito y limitado y otras, según el proveedor, pre-pago y con gran número de horas de transmisión, es una plataforma que sirve para compartir videos en vivo desde una o varias plataformas web para compartir información con uno o varios usuarios. Según el portal web (<http://educativa.org>) “Ustream es una plataforma para que permite transmitir un video en vivo por internet, ya sea de forma pública o mediante un canal privado. Es ideal para transmitir conferencias, programas o eventos, que así como un programa de televisión, podrán ser visto por muchas personas a la vez. Desde el sitio de ustream a su vez, podremos ver los contenidos públicos que se estén transmitiendo en el momento, clasificados oportunamente por tema de interés”.

CAPITULO 3

Marco Metodológico

3.1 Método:

3.1.1 Método de Investigación:

Como técnica de investigación para esta tesis, se utilizó el METODO INDUCTIVO para realizar las premisas y establecer un punto de referencia para comenzar el estudio.

3.2 Tipo de Investigación:

Para esta tesis se utilizó la investigación cualitativa, ya que se realizaron técnicas de observación, trabajo de campo, entrevistas a los médicos generales, médicos con sub especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia quienes aglutina este colegio profesional, además de encuestas para la recolección de datos, tabularlos y así presentar a la Junta Directiva las conclusiones y recomendaciones para poder alcanzar los objetivos planteados.

3.3 Objetivos:

3.3.1 Objetivo General:

Evaluar la imagen institucional que proyecta el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados.

3.3.2. Objetivos Específicos

-Detectar las fortalezas y debilidades en comunicación que tiene el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para con sus agremiados.

-Proponer una estrategia de comunicación para el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y que con ella, puedan comunicar de una forma más eficiente y eficaz los movimientos de este colegio profesional (Creación de un Manual Corporativo de

identificación institucional y remozamiento de la parte visual de la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala).

-Aumentar los mensajes y el flujo de información en los Medios de Comunicación Masiva (prensa, radio, tv y medios electrónicos), redes sociales (facebook y twitter), mailing (correos directos a los colegiados), página web (www.colmedegua.org), medios impresos internos (boletines informativos, revistas y memorias de labores) para que los mismos agremiados con acceso a internet o sin él, tengan toda la información de su colegio profesional.

-Mejorar la forma de comunicación y presentación del mensaje en todos los medios internos de contacto para con los agremiados.

-Aumento de seguidores colegiados en las redes sociales (fanpage del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala).

-Aumento de ingresos mensuales a la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala de forma mensual.

3.4 Técnica:

Es el conjunto de herramientas y procedimientos que se utilizaron para recopilar los datos necesarios para, después de su tabulación y examen, crear propuestas validas y viables para mejorar la comunicación institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala; además de la técnica de observación directa, entrevista y encuesta.

3.4.1 Observación Directa

Se observó desde el área de estudio y el departamento de comunicación sobre lo que la Junta Directiva deseaba publicar, la forma y constancia con la que lo hace y cuáles son las directrices para generar ese tipo de comunicación. Para realizar una mejor documentación e investigación del tema en mención, se revisaron ediciones pasadas de la Revista Médica de los años 2008, 2011 y 2014, dos ediciones por año. Los boletines con fechas 2013 y 2014, 4 en total. Para seguir conociendo sobre la institución se revisaron las diferentes ediciones

impresas y digitales de las memorias de labores, que como cada año en este colegio profesional, recopila las actividades que cada comisión ha realizado durante todo un año, esto con el objetivo de dar a conocer a los agremiados de su trabajo para con ellos dentro del colegio. Con la elaboración y diseño de la MEMORIA DE LABORES de este colegio se pudo conocer más a fondo, tanto a la institución como el trabajo de las comisiones. La Junta Directiva 2014-2016 compartió el PLAN ESTRATEGICO 2014-2016 (Junta Directiva, 2014: p. 6) encabezado por su presidente el Dr. Porfirio César Santizo, para comprender el manejo de la institución y sus planes de unidad, transparencia e inclusión, que contiene información a detalle de la historia de este colegio profesional, Ley de Colegiación, Tribunales, de Honor y Electoral y comisiones. Se tuvo acceso a la información a publicar y el diseño de página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y el actual uso y conexión de la plataforma de la Comisión de Educación Médica Continua (EMC) Aula Virtual para la transmisión de talleres y cursos; con ello se pudo evidenciar de mejor forma el trabajo de esta plataforma y como mejorarlo. Se buscó la existencia de algún Manual Corporativo de Imagen o algún otro documento impreso o digital sobre algún diagnóstico de comunicación o evaluación de comunicación realizado previamente a esta institución pero no se encontró.

3.4.2 Entrevista

Como otra herramienta y técnica de investigación se utilizó la entrevista, la cual sirvió para, de viva voz de los agremiados, saber cuáles son las fortalezas y debilidades de la comunicación de este colegio profesional para con sus agremiados. Para recopilar datos de relevancia en esta investigación, se utilizó la entrevista personal, basado en que muchos agremiados visitan las instalaciones e este colegio profesional para cancelar sus cuotas mensuales, tramitar su carné como Colegiado Activo o realizar otro tipo de trámites.

3.4.3 Encuesta

Para continuar recabando información directa de las personas involucradas en este diagnóstico, hablamos de los médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia, se utilizó la encuesta

como otra herramienta de investigación para obtener de buena fuente los datos a recopilar. Se realizaron las encuestas vía electrónica, con un link que se compartió en la página web de la institución y en las redes sociales (fanpage) de la misma y por “mailing”, utilizando los correos electrónicos de la base de datos de los agremiados que pertenecen a esta institución y así, recopilar la mayor cantidad de datos posibles para un mejor análisis y evaluación de la comunicación y como perciben los agremiados su colegio profesional.

3.5 Instrumentos

Son las herramientas que se utilizaron en la investigación con la finalidad de obtener, de la manera más certera posible, toda la información que se obtuvo de la observación en los aspectos físicos, administrativos y de medios de comunicación de este colegio profesional, así como entrevistas con preguntas abiertas y opiniones a dar de los agremiados y las encuestas, con preguntas cerradas y la opción de opiniones al finalizar la misma que también enriqueció mucho el trabajo de este investigador. Estas herramientas, la guía de observación y las preguntas de las entrevistas y encuestas, fueron presentadas y aprobadas en reunión de Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

3.5.1 Ficha de la Entrevista

Se utilizó la siguiente ficha para realizar la entrevista a los agremiados que tengan el tiempo y accedan a dar su punto de vista sobre la comunicación institucional que este colegio profesional tiene para con sus agremiados.

<p>FICHA DE ENTREVISTA:</p> <p>Entrevistado: Fecha: Hora: Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.</p> <hr/> <p><i>Resultados de la Entrevista:</i> El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.</p>
--

Fuente: Creación propia.

3.5.2 Preguntas de la Encuesta

Se utilizó el siguiente cuestionario para indagar con preguntas cerrados a los agremiados a cerca de la comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y como la perciben los colegiados. La misma se realizó para los agremiados que no cuenten con mucho tiempo, ya sea en su visita a las instalaciones o a través de un link web en donde se les compartió la mismo a través de las redes sociales (facebook) y la página web de este colegio profesional.

ENCUESTA

TEMA: “Evaluación de la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala”.

1. Rango de edad del colegiado (años):

22 a 32_____ 33 a 45 _____ 46 a 55_____ 56 a 65 _____ Más de 66_____

2. Tipo de institución en donde presta sus servicios profesionales

IGSS_____ SALUD PÚBLICA_____ PRÁCTICA PRIVADA_____
COMBINADO_____

3. ¿Conoce el trabajo de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?

SI _____ NO _____

4. ¿Por qué medio se entera de las actividades que realiza el Colegio?

TV_____ RADIO_____ PERIÓDICOS_____ REVISTAS ESPECIALIDADES_____
OTROS_____ ESPECIFIQUE_____

5. ¿Tiene acceso a internet en su casa o lugar de trabajo?

SI _____ NO _____

6. ¿Con qué tipo de acceso cuenta?

CASA _____ LUGAR DE TRABAJO _____ TELÉFONO _____ CELULAR _____
MÓDEM MÓVIL _____

7. ¿Con qué regularidad navega por internet en una semana?

2 VECES POR SEMANA _____ 4 VECES POR SEMANA _____ TODOS LOS
DÍAS _____

8. ¿Posee correo electrónico?

SI _____ NO _____

9. ¿Con qué frecuencia recibe información a través de su correo electrónico de las actividades del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?

DOS VECES POR SEMANA _____ UNA VEZ POR SEMANA _____ UNA VEZ AL
MES _____ UNA VEZ CADA SEIS MESES _____ UNA VEZ AL
AÑO _____ OTROS _____

10. ¿Con que frecuencias ingresa a la página web del colegio (www.colmedegua.org)?

TODOS LOS DÍAS _____ UNA VEZ A LA SEMANA _____ UNA VEZ AL MES _____

11. ¿Utiliza las redes sociales como medio de comunicación personal y familiar?

SI _____ NO _____

12. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?

FACEBOOK _____ TWITTER _____ INSTAGRAM _____ TAGGED _____

GOOGLE + _____ WHATSAPP _____ PINTEREST _____ BADOO _____

13. ¿Sigue a nuestras cuentas en las redes sociales (fanpage: www.facebook.com/colmedegua.guatemala y la cuenta de twitter@colmedegua?

FACEBOOK_____ TWITTER_____ AMBAS_____

14. ¿La información que recibe en correo electrónico por mail del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y por redes sociales es?

EXCELENTE_____ MUY BUENA_____ BUENA_____ MALA_____

MUY MALA_____ NO SABE/NO CONTESTA_____

15. ¿En qué otras formas de comunicación le gustaría recibir la información?

REVISTAS_____ BOLETINES_____ AUDIOS_____ VIDEOS_____ DIGITALES_____

REDES SOCIALES_____

16. Por favor, deje su comentario para saber de qué forma, como colegio profesional, podemos mejorar la comunicación para con usted como agremiado

Link encuesta web: <https://response.encuesta.com/#/survey/k6nxsdkPp>

3.6 Población

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, es el ente que rige y que dirige a los profesionales en la salud, en este caso, los médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y los licenciados en fisioterapia, desde su fundación el 20 de marzo de 1947 y según decreto del Congreso de la República sobre la Ley de Obligación Profesional Obligatoria del 21 de diciembre del 2001, decreto: 72-2001 agremia a todos los profesionales de la salud, a la fecha, se contabilizan 21,315 profesionales.

3.7 Muestra

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala agremia a más de 20 mil profesionales de la salud, entre los cuales, solamente se tiene registro de 3,472 con registro de correo electrónico. Se envió un link con la encuesta por “mailing”, se publicó el mismo en la fanpage de este colegio profesional y la página web oficial de la institución. La totalidad de profesionales que contestaron la encuesta fue de: 2199. Para las entrevistas, se abordó de forma directa a los agremiados que visitaron las instalaciones de este colegio profesional para realizar las mismas, siendo un total de 35 los profesionales accedieron a brindar las respuestas y las opiniones requeridas, instrumento de investigación que apoyó mucho al estudio para realizar las recomendaciones finales.

3.8 Procedimiento

Para la elaboración de la siguiente investigación y recopilación de datos se procedió de la siguiente manera:

- Recopilación de fuentes bibliográficas físicas y digitales, así como también referencias de páginas web.
- Se procedió a la documentación y lectura del Plan Estratégico de la Junta Directiva 2014-2016.
- Se imprimieron 100 fichas de entrevistas para así poder abordar a los agremiados que se acerquen a las instalaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala
- Se envió en formato “mailing”, se compartió en la página web y en la fanpage del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala el link de la encuesta digital (<https://response.encuesta.com/#/survey/k6nxsdkPp>) para que los agremiados a la institución pudieran contestar dicha encuesta.

- Se tabularon los datos recopilados de las entrevistas y las encuestas, tanto físicas como digitales para entender cómo percibe el agremiado la comunicación de su colegio profesional.

CAPITULO 4

Análisis y Descripción de Resultados

A continuación se analizan, describen e interpretan los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para evaluar la comunicación que tiene la Junta Directiva de este Colegio Profesional para con sus agremiados, en este caso, médicos generales, médicos con sub-especialidad o especialidad, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia que según el Decreto Legislativo 72-2001 del Congreso de la República de Guatemala, deben colegiarse de forma obligatoria al Colegio Profesional que se asemeje a su profesión.

4.1 Encuesta

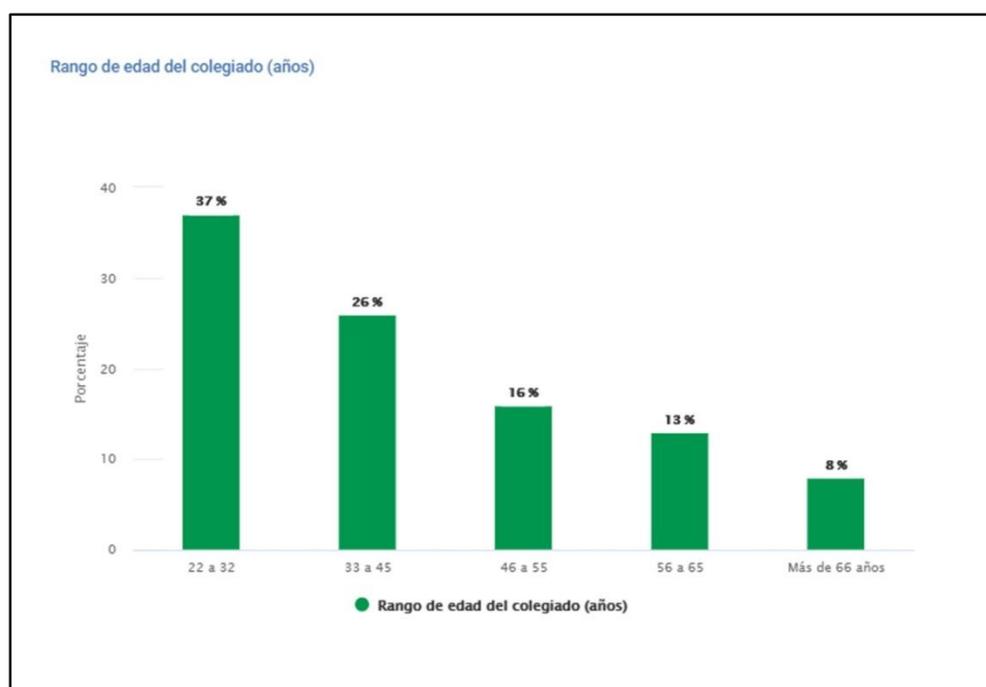
Se envió un “mailing” a todos los agremiados que, en la base de datos y registro de colegiados, poseen un correo electrónico registrado en el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala; además de compartir la misma en la página web y fanpage oficial de dicha institución. Se obtuvo la respuesta de 2,199 encuestas virtuales que fueron contestadas en su totalidad. Algunas preguntas de dicha encuesta fueron cerradas, los agremiados solamente tenían la opción de poder marcar una sola respuesta de un par o un grupo de variables, una en particular para conocer el rango de edad en la que se encuentran los colegiados, ya que muchos de ellos son colegiados recientes y cuentan con un correo electrónico que utilizan a diario; otras preguntas fueron de selección múltiple, para que también los colegiados brindaran más información sobre su forma, método o manera de estar conectados a las redes sociales, acceso a internet o principales redes sociales que usan. Dentro de la misma encuesta, se tuvo un apartado especial para que los agremiados dejaran sus comentarios, inquietudes o formas en que la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala podría mejorar la comunicación que se tiene para con sus agremiados. A continuación se compartirá en forma de Tabla, con los totales de los encuestados y su porcentaje, los resultados y análisis de la encuesta realizada, además de las gráficas tipo “barras” para presentar de una forma visual el resultado de la misma.

1. Rango de edad del colegiado (años):

Tabla 1

Repuesta	Total	Porcentaje
22 a 32 años	814	37%
33 a 45 años	572	26%
46 a 55 años	352	16%
56 a 65 años	286	13%
Más de 66 años	175	8%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 1



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

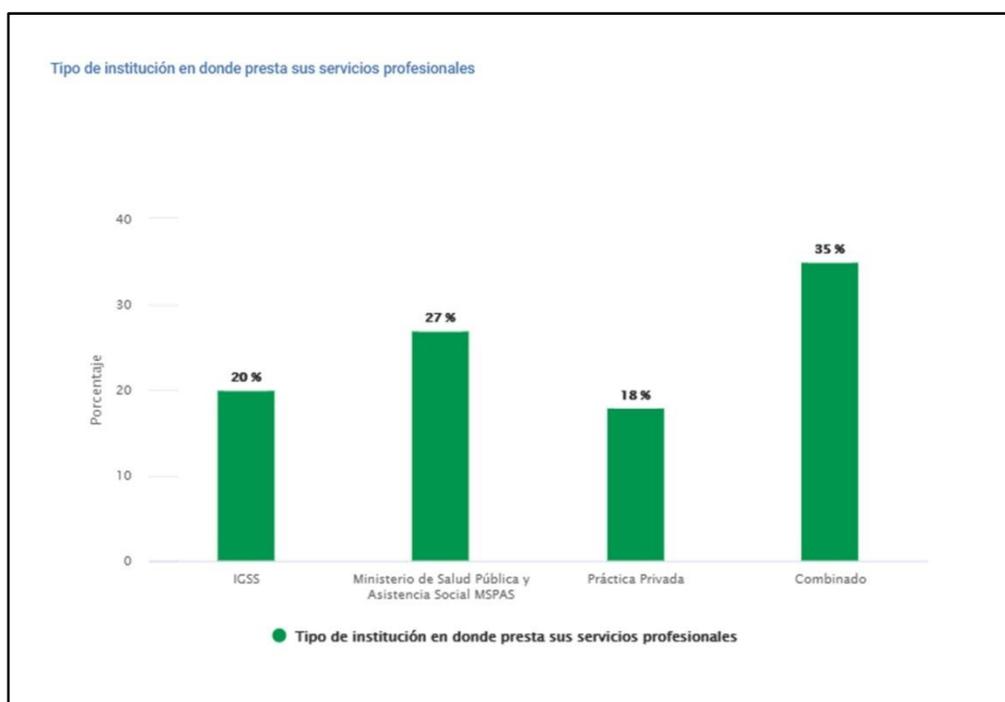
De las encuestas enviadas y que se tuvo respuesta, se comprueba que la mayoría de los encuestados oscilan entre las edades de 22 a 55 años de edad.

2. Tipo de institución en donde presta sus servicios profesionales

Tabla 2

Repuesta	Total	Porcentaje
IGSS	439	20%
Ministerio de Salud Pública	594	27%
Práctica Privada	396	18%
Combinado	770	35%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 2



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

En un amplio porcentaje, los agremiados encuestados prestan sus servicios en instituciones públicas, pero también cuentan con clínicas privadas. Muchos de los colegiados más jóvenes, solamente prestan sus servicios a las instituciones públicas como el Instituto

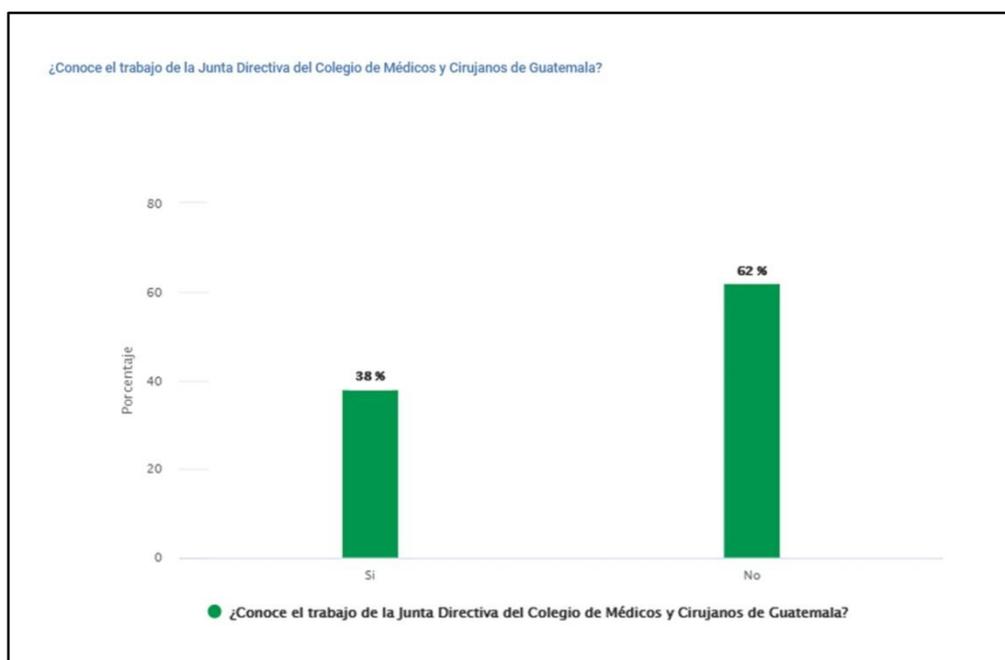
Guatemalteco de Seguridad Social y el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, conocidos como Hospitales Escuelas. La mayoría de los encuestados que solamente ejercen el ejercicio profesional lo hacen en clínicas privadas (Hospitales Privados o de Seguros) o tiene su propia clínica.

3. ¿Conoce el trabajo de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?

Tabla 3

Repuesta	Total	Porcentaje
SI	836	38%
NO	1363	62%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 3



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los afiliados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

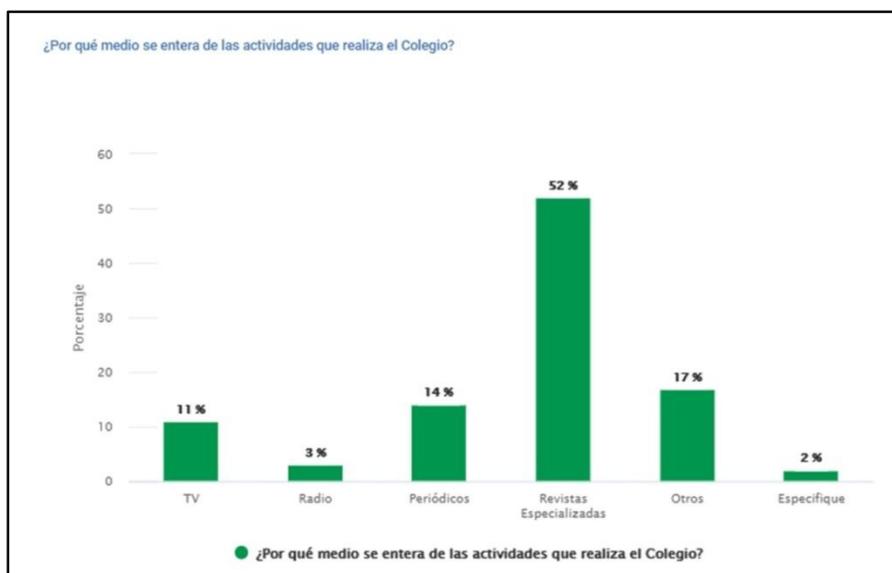
Muchos de los agremiados no conocen sobre el trabajo que realiza el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, las comisiones de trabajo o la Junta Directiva de este colegio profesional, solo algunos evidencian conocer las labores que realizan los integrantes de dicha Junta Directiva.

4. ¿Por qué medio se entera de las actividades que realiza el Colegio?

Tabla 4

Repuesta	Total	Porcentaje
TV	244	11.1%
Radio	70	3.2%
Periódicos	310	14.1%
Revistas Especializadas	1146	52.1%
Otros	383	17.4%
Especifique	46	2.1%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 4



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

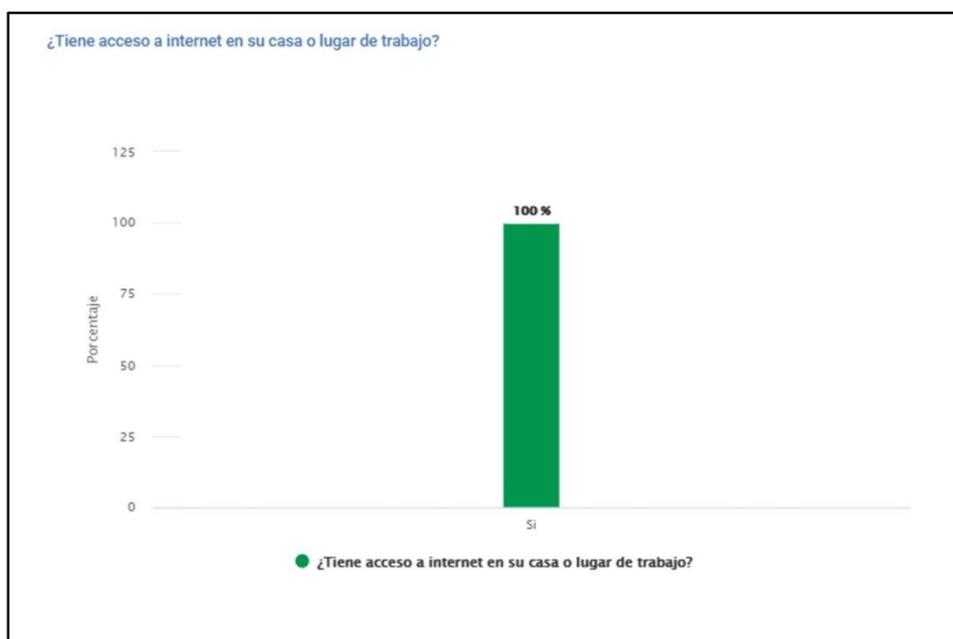
En un gran porcentaje, los agremiados se enteran de las actividades que realiza su colegio profesional, principalmente por revistas especializadas, es decir, publicaciones que realiza el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala como por ejemplo boletines, la revista médica, la memoria de labores entre otras. También tienen alguna noción del trabajo que realiza su colegio profesional por medios de comunicación convencionales.

5. ¿Tiene acceso a internet en su casa o lugar de trabajo?

Tabla 5

Repuesta	Total	Porcentaje
SI	2199	100%
NO	0	0%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 5



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

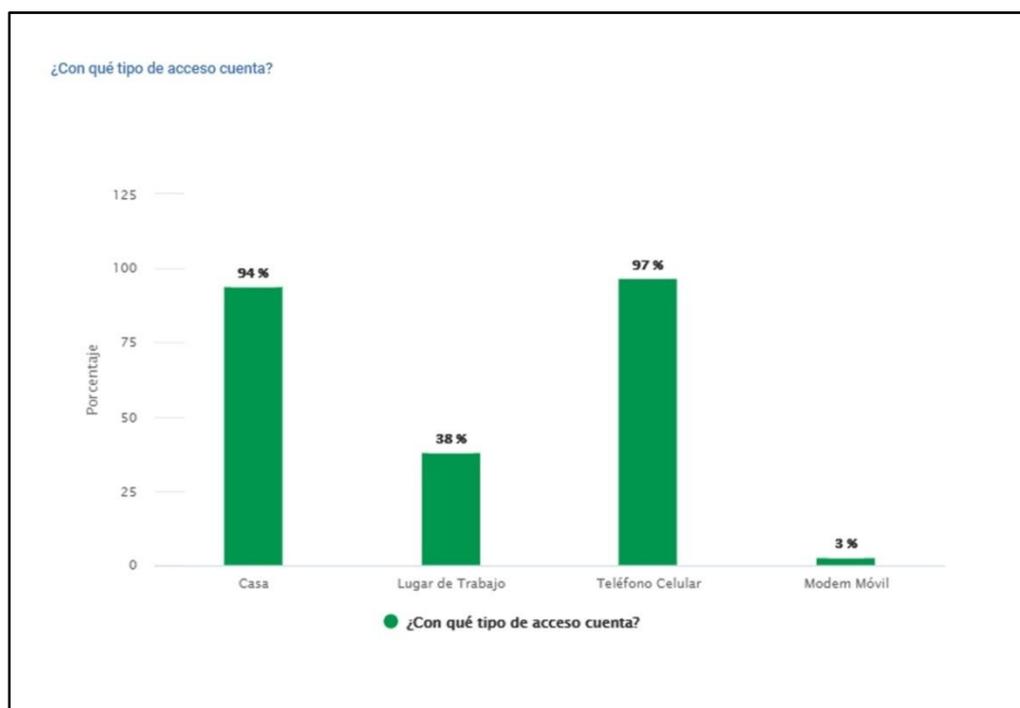
En su totalidad de encuestados, los agremiados reportan que tiene acceso a internet en su casa o lugar de trabajo.

6. ¿Con qué tipo de acceso cuenta?

Tabla 6

Repuesta	Total	Porcentaje
Casa	2067	
Lugar de Trabajo	836	
Teléfono Celular	2133	
Modem Móvil	63	
TOTAL	2199	100%

Gráfica 6



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

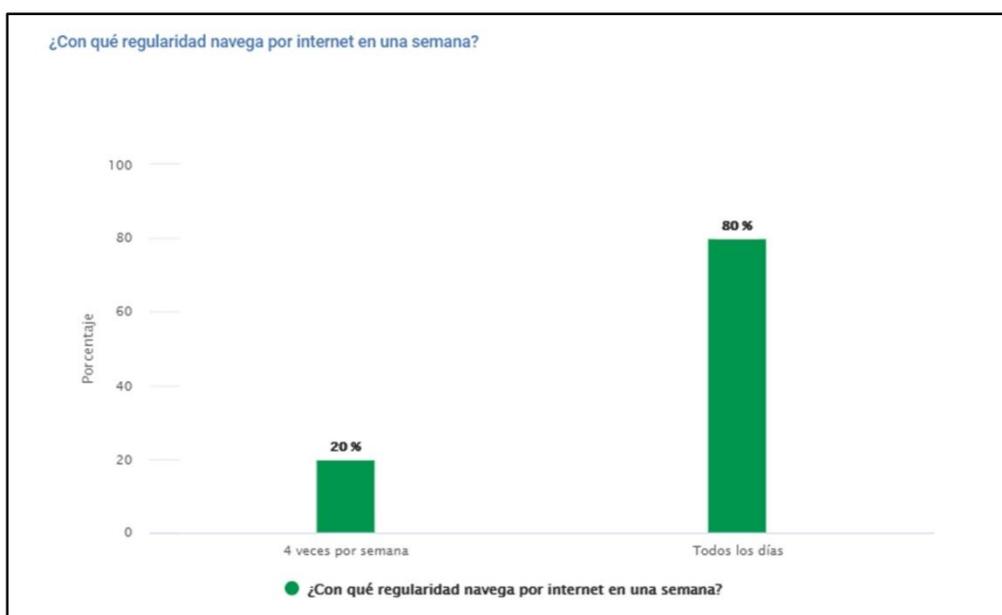
Por ser una pregunta de opción múltiple, varios de los agremiados cuentan con acceso a internet desde su casa y lugar de trabajo, pero en su mayoría contestaron desde su teléfono celular, que a la fecha, es uno de los accesos más viales que se encuentran en el mercado. Los médicos de la tercera edad, también cuentan con los mismos, pero muchos de ellos también cuentan con módems móviles con internet para poder utilizarlos, ya sea en su casa o clínica privada.

7. ¿Con qué regularidad navega por internet en una semana?

Tabla 7

Repuesta	Total	Porcentaje
2 veces por semana	0	0%
4 veces por semana	440	20%
Todos los días	1759	80%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 7



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

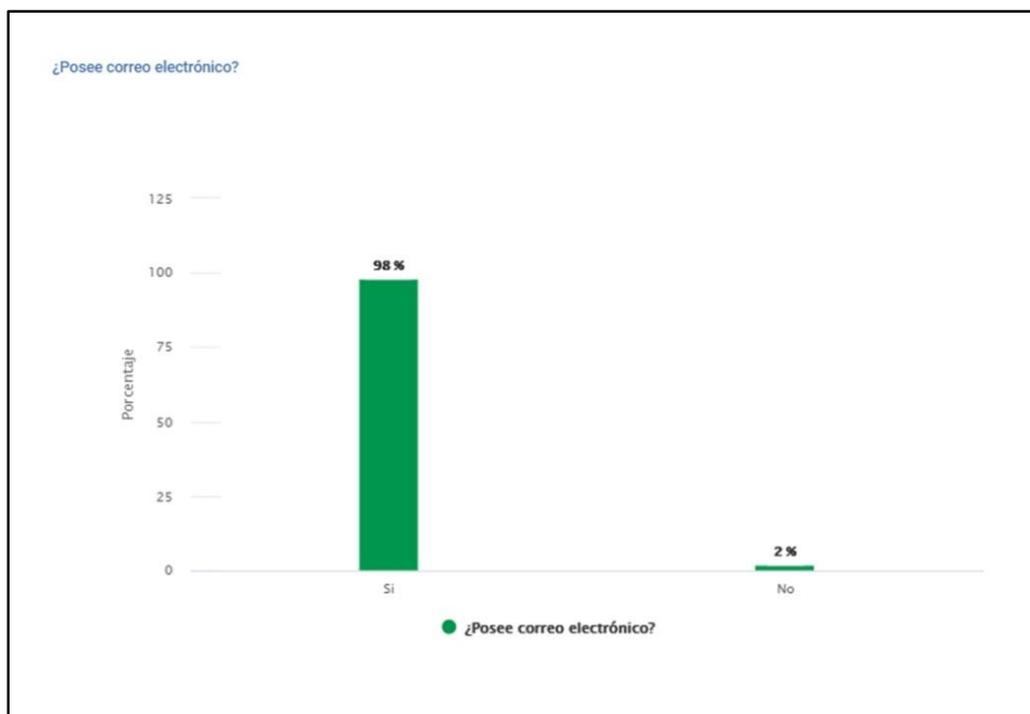
En su mayoría, los agremiados indican que tienen conexión a internet a diario, un muy bajo porcentaje indicó que se conectan por lo menos 4 veces por semana.

8. ¿Posee correo electrónico?

Tabla 8

Repuesta	Total	Porcentaje
SI	2155	98%
NO	44	2%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 8



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

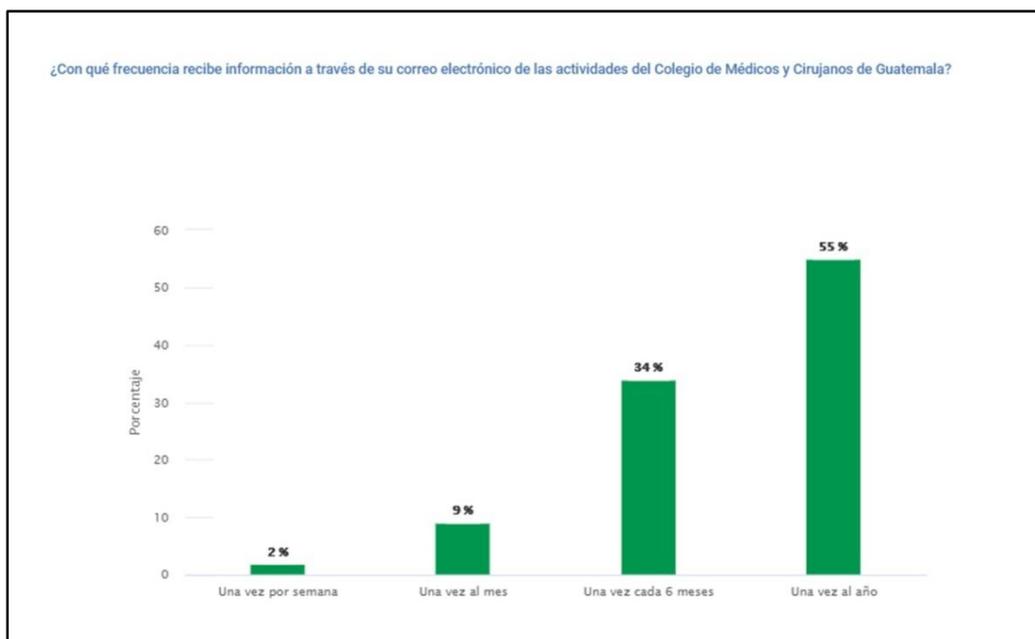
Los agremiados que contestaron la encuesta, en su mayoría reportan poseer correo electrónico, solo un muy bajo porcentaje advierte no tener o no utilizarlo.

9. ¿Con qué frecuencia recibe información a través de su correo electrónico las actividades del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala?

Tabla 9

Repuesta	Total	Porcentaje
Una vez por semana	44	2%
Una vez al mes	198	9%
Una vez cada 6 meses	748	34%
Una vez al año	1209	55%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 9



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

En la presente gráfica los agremiados demuestran que desde el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala reciben muy poca o reportan no recibir información de su colegio profesional a través de su correo electrónico. Muchos agremiados, cuando se colegiaron,

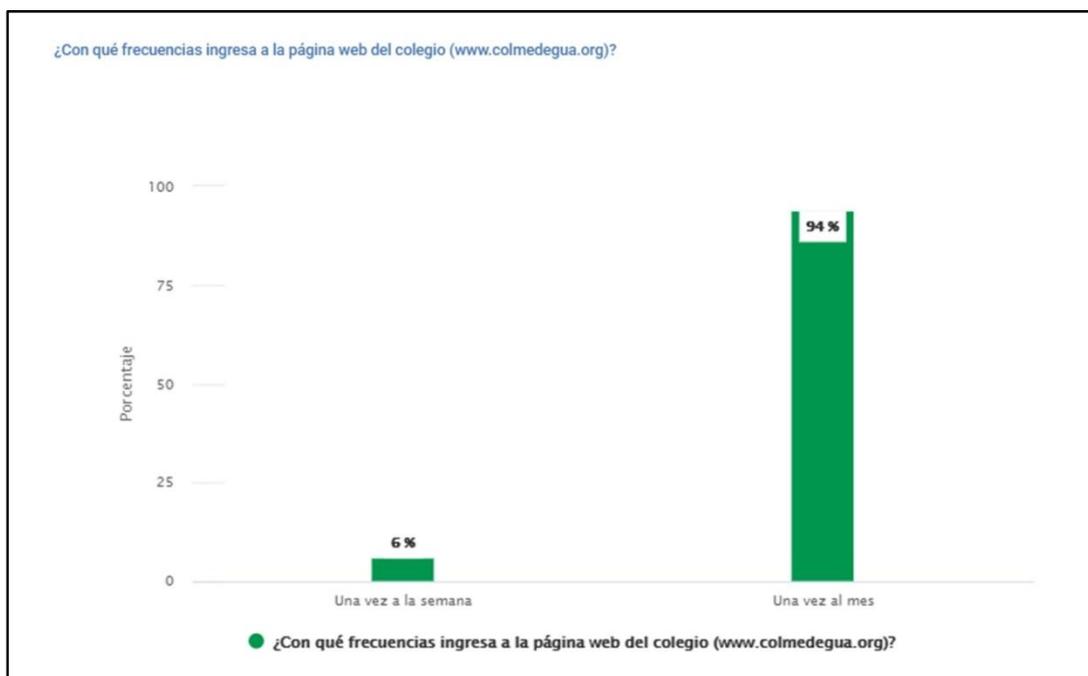
utilizaron algún tipo de correo electrónico que ya no usan, no quisieron brindar esa información o no han desbloqueado el destinatario de este colegio profesional como “spam” para recibir las notificaciones en su bandeja de entrada.

10. ¿Con que frecuencias ingresa a la página web del colegio (www.colmedegua.org)?

Tabla 10

Repuesta	Total	Porcentaje
Todos los días	0	0%
Una vez a la semana	132	6%
Una vez al mes	2067	94%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 10



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

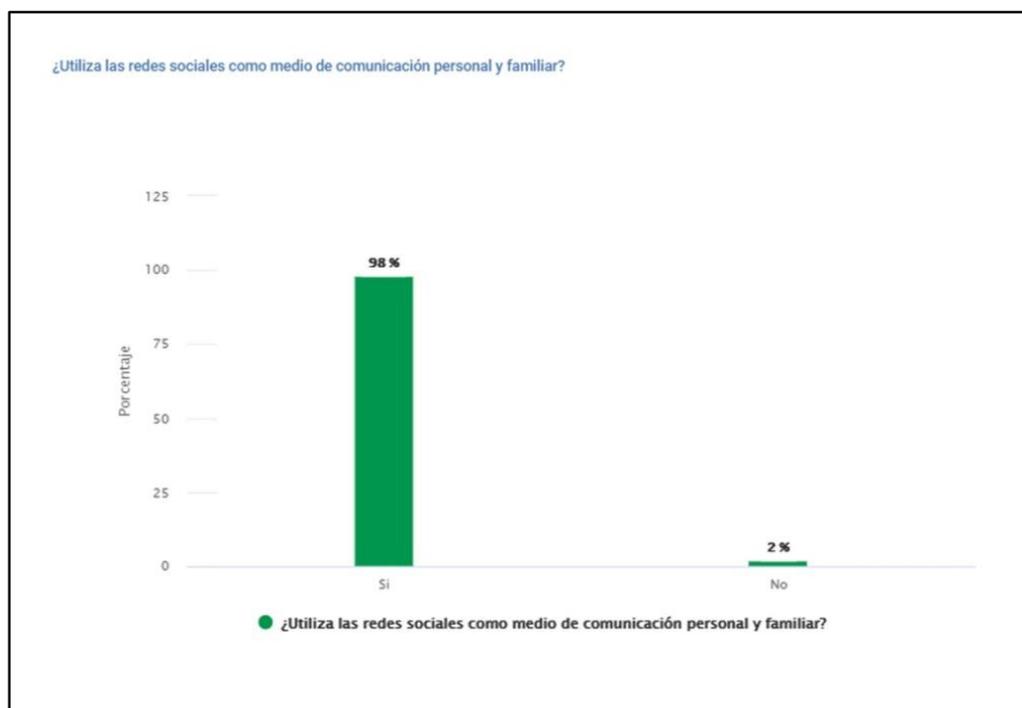
Según los datos recabados en la encuesta, la gran mayoría de agremiados acusa de ingresar solamente una vez al mes a la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, muy pocos indican que lo hacen a diario y ningún encuestado indicó realice algún tipo de consulta o información por esa vía.

11. ¿Utiliza las redes sociales como medio de comunicación personal y familiar?

Tabla 11

Repuesta	Total	Porcentaje
SI	2155	98%
NO	44	2%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 11



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

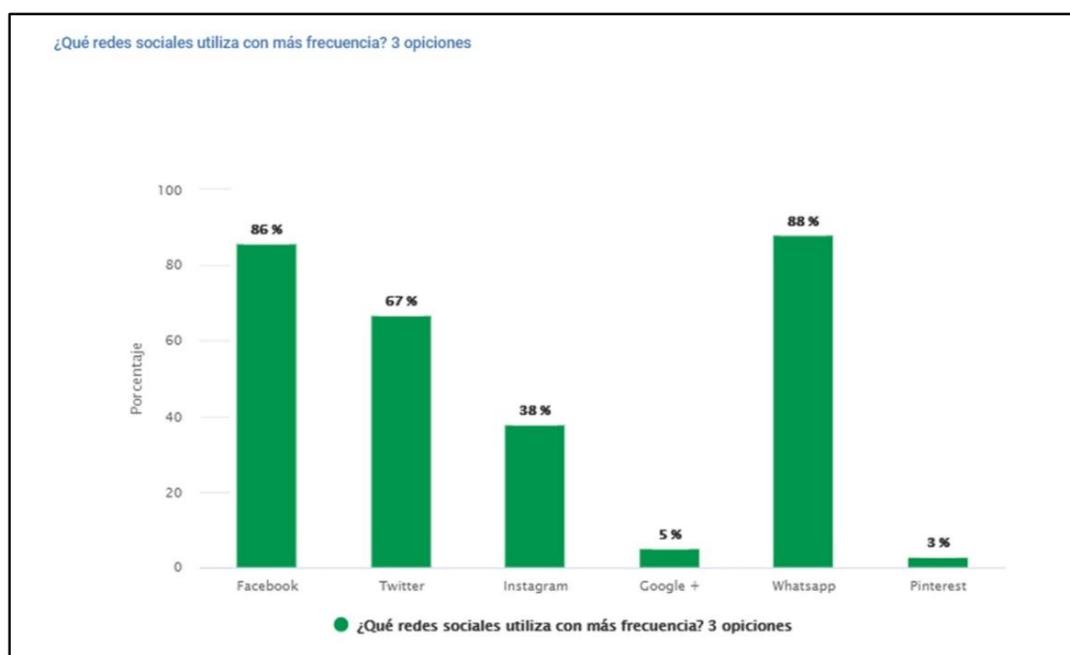
La gran mayoría de agremiados que contestaron la encuesta digital, reconocen utilizar las redes sociales para comunicarse de forma personal o con su familia, un muy bajo porcentaje acusa lo contrario.

12. ¿Qué redes sociales utiliza con más frecuencia?

Tabla 12

Repuesta	Total	Porcentaje
Facebook	1891	
Twitter	1473	
Instagram	836	
Google +	110	
Whatsapp	1935	
Pinterest	66	
TOTAL	2199	100%

Gráfica 12



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

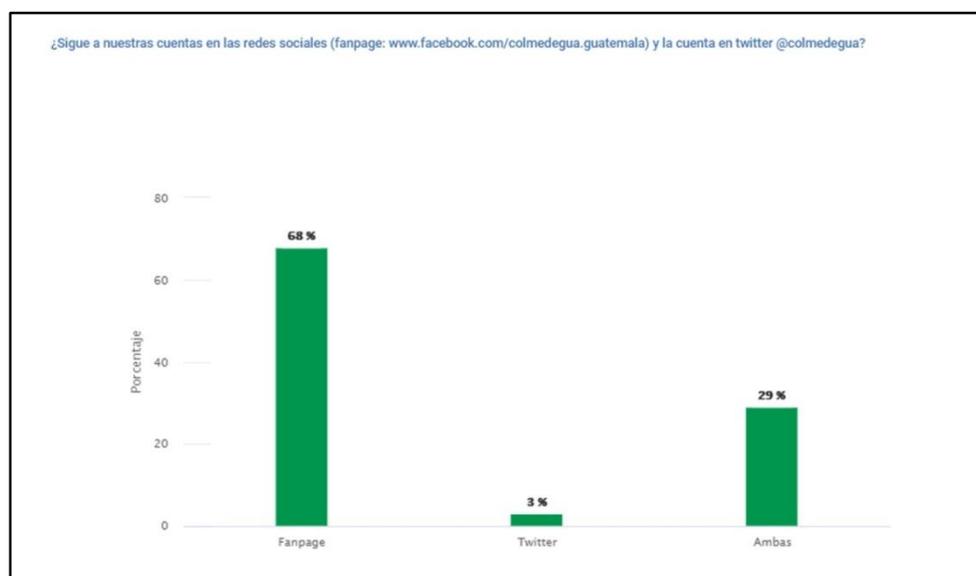
Por ser una pregunta de opción múltiple (3 respuestas) muchos de los agremiados acusan utilizar, en un muy alto porcentaje las redes sociales Whatsapp y Facebook como medios de comunicación personales, profesionales y familiares. En un porcentaje menor, la red social Instagram, así como Google + y Pinterest. Este es un aspecto positivo para evaluar las nuevas formas en que los agremiados puedan recibir información, ya que son muy activos en estas plataformas.

13. ¿Sigue a nuestras cuentas en las redes sociales (fanpage: colmedegua.guatemala y la cuenta de twitter @colmedegua)?

Tabla 13

Repuesta	Total	Porcentaje
Fanpage	1495	68%
Twitter	66	3%
Ambas	638	29%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 13



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

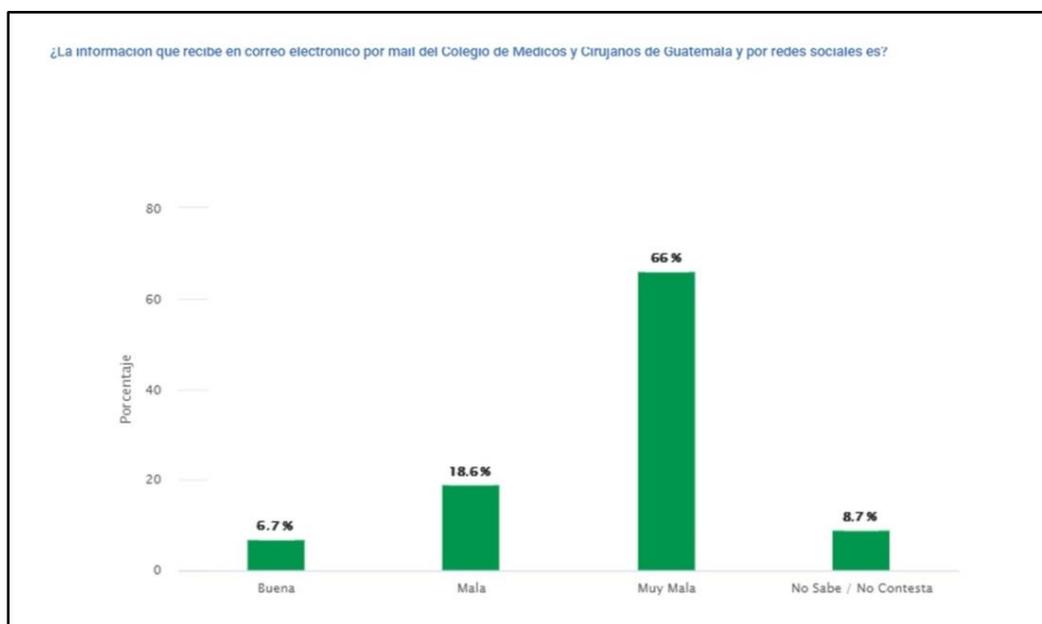
Los colegiados manifiestan seguir, en mayor porcentaje, solamente la red social facebook, con la fanpage del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala; un muy bajo porcentaje utiliza la red social Twitter para informarse de lo que acontece en su colegio profesional y un 29% de los encuestados acusa seguir ambas redes sociales oficiales de este colegio profesional.

14. ¿La información que recibe en correo electrónico por mail del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala y por redes sociales es?

Tabla 14

Repuesta	Total	Porcentaje
Buena	147	6.7%
Mala	409	18.6%
Muy Mala	1451	66%
No sabe / No contesta	192	8.7%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 14



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

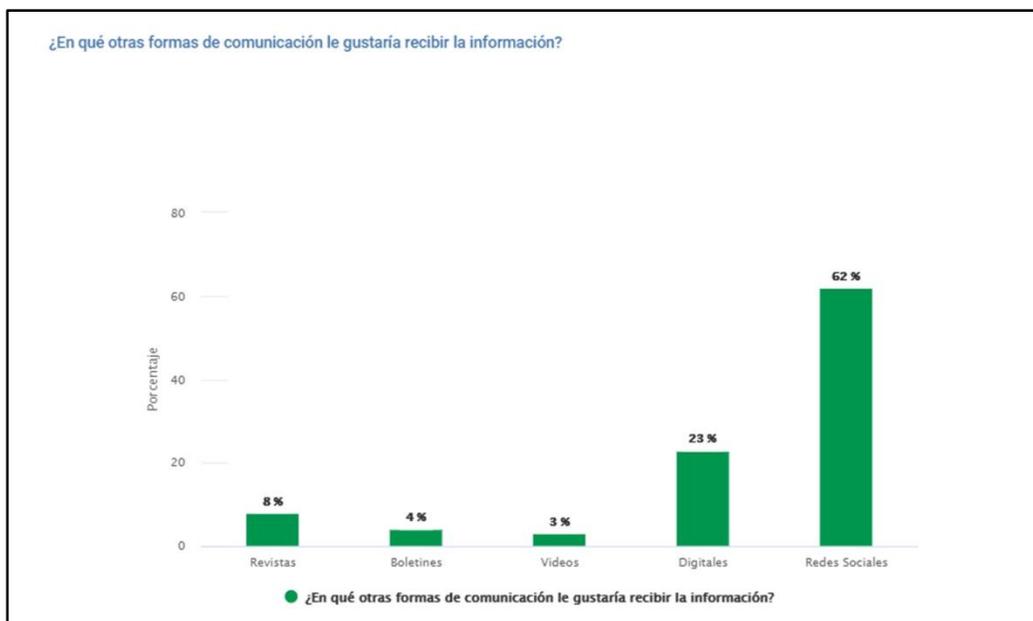
En esta pregunta en específico, las variables eran: Excelente, Muy Buena, Buena, Mala, Muy Mala, No Sabe/No Contesta a las cuales, los agremiados solamente optaron por la opción desde Buena hasta No Sabe/No Contesta, dejando en claro que la forma de comunicar desde su colegio profesional no les es útil o no les agrada; un muy alto porcentaje contestó Muy Mala, situación que debe ser corregida.

15. ¿En qué otras formas de comunicación le gustaría recibir la información?

Tabla 15

Repuesta	Total	Porcentaje
Revistas	176	8%
Boletines	88	4%
Videos	66	3%
Digitales	506	23%
Redes Sociales	1363	62%
TOTAL	2199	100%

Gráfica 15



Fuente: Datos obtenidos de la encuesta realizada a los agremiados del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala durante el mes de mayo del año 2015.

Los agremiados han sido enfáticos en solicitar que la información de la Junta Directiva, Comisiones de Trabajo y toda la información que se emana desde la entidad, se transmita de forma digital o en redes sociales, lo consideran mucho más viable, ágil y factible para que ellos se enteren de todo lo que se lleva a cabo en su colegio profesional.

4.2 Entrevista

Algunas entrevistas fueron realizadas “persona a persona” en las instalaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala; en la interpretación de los resultados, muchos agremiados concuerdan que no conocen ningún tipo de trabajo de la actual Junta Directiva, porque no existen formas de comunicación suficiente para dar a conocer el mismo. También concuerdan que este colegio, no cuenta con la ayuda suficiente para con sus agremiados y que no conocen ni el nombre del presidente de su colegio profesional. Los que han contestado que cuentan con correo electrónico, advierten que la comunicación es mínima o nula sobre el trabajo, tanto de Junta Directiva, como de las diferentes comisiones de este colegio profesional. Es de destacar que se realizaron entrevistas también a médicos que vienen una vez al año a la institución para renovar su carné que les acredita como colegiados activos, muchos de ellos, viajan desde el interior del país y que en sus comunidades, centros de salud o clínicas particulares no cuentan con acceso a una conexión de internet y por eso, no están al tanto de las redes sociales del colegio y menos de su trabajo. Para abarcar a más agremiados, que ya son colegiados más de 20,000 y contando (es de resaltar que cada día más estudiantes graduados de la carrera de medicina, licenciatura en enfermería y en fisioterapia y realizan su colegiación en la sede central); además se tuvo el referente de médicos con varios años de ser colegiados activos, se habló con médicos mayores de 65 años y que están ajenos a la tecnología, no desean saber de correos electrónicos y comentan que antes, esta entidad, enviaba sus revistas científicas, memorias de labores y boletines, directamente a su dirección de domicilio y lugar de trabajo, pero que eso se dejó de hacer por razones que desconocen. Se obtuvo información de la Junta Directiva actual que este colegio profesional, ha dejado de realizar el envío de los documentos impresos por falta de fondos y que todo se realiza ahora en digital a través de las redes sociales o página web. A continuación, se comparte algunas de las fichas de

resultado de las encuestas realizadas a los agremiados que visitaron las instalaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala en su sede central, zona 15.

FICHA DE ENTREVISTA:	
Entrevistado: Dr. Byron Amilcar González.	
Fecha: Lunes, 11 de mayo del 2,015.	
Hora: 10:50 horas.	
Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.	
<hr/>	
Resultados de la Entrevista:	
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.	
-Activar más las redes sociales.	-Enviar como se hacía antes los boletines y correos al lugar de trabajo u clínica.
-Conoce algunas comisiones, más no todas ni su trabajo en específico.	-Por el tiempo como médicos, audios y audiovisuales linkeados en la redes sociales sería mejor.

Fuente: Creación propia.

FICHA DE ENTREVISTA:	
Entrevistado: Dr. Luis Alberto Callejas.	
Fecha: Jueves, 14 de mayo del 2,015.	
Hora: 22:00 horas.	
Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.	
<hr/>	
Resultados de la Entrevista:	
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.	
-NO BUSCAN A LOS NUEVOS PROFESIONALES.	-LOS COLEGIADOS NO CONOCEN LAS COMISIONES.
-NO PROPONEN INICIATIVA PARA MEJORAR EL SALARIO.	-LOS MEDIOS QUE USAN PARA COMUNICAR SON OBSOLETOS PORQUE NO LOS RECIBEN.
-NO CONOCEN AL PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA.	-NO TIENEN TIEMPO PARA REVISAR REDES SOCIALES.

Fuente: Creación propia.

FICHA DE ENTREVISTA:

Entrevistado: Dr. Julio Yobany Castillo.

Fecha: Martes, 19 de mayo del 2015.

Hora: 11:30 horas.

Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.

Resultados de la Entrevista:

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.

-No conoce el trabajo de la Junta Directiva.

-Recibe correos electrónicos con información del colegio una vez al mes, cuando mucho.

-No tiene el acceso a información importante en la web.

-Se deben activar y mantener actualizadas las redes sociales.

Fuente: Creación propia.

FICHA DE ENTREVISTA:

Entrevistado: Licda. Enfermería: Blanca Estela Gollonoy

Fecha: Viernes, 23 de mayo del 2015.

Hora: 9:55 horas.

Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.

Resultados de la Entrevista:

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.

-Recien colegiada y no sabía nada de la Junta Directiva.

-Se tergiversa en los centros de atención donde trabajan los profesionales.

-Trabajar de mejor forma la información en las redes sociales, formas de colegiación y beneficios de estar colegiado.

-Crear una comisión de información que visite los centro donde trabajan los agremiados.

Fuente: Creación propia.

4.3 Tabla Comparativa:

Los agremiados entrevistados en la sede central y los colegiados encuestados a través de la encuesta digital, han dejado en claro una diferencia entre, edades y también gustos por recibir la información que genera la oficina de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.

Tabla 16

EDAD MÉDICO	22-32 años	33-45 años	46-55 años	56-65 años	Más de 66 años
Institución de Trabajo	Salud Pública o IGSS	Combinado	Combinado	Combinado	Clínica Propia / Combinado
Conocimiento de Trabajo Junta Directiva	No / Muy poco por la web	No / Muy poco por la web	Muy poco	No / Muy Poco	No
Acceso a Internet	Casa / Celular	Casa / Celular	Casa / Celular	Casa / Celular	Casa / Algunos no tienen acceso a la web
Navegación por Internet	Todos los días / Redes Sociales / Celular	Todos los días / Redes Sociales / Celular	Celular / Algunos días a la semana	Pocos días a la semana	No sabe / No contesta
Correo Electrónico	Posee / Revisa a diario	Posee / Revisa a diario	Posee / Revisa con regularidad	Posee / Revisa pocas veces por semana	No posee / Posee y revisa con poca regularidad.
Frecuencia con que recibe Información del Colegio	Una vez por mes / Casi Nunca	Una o dos veces al mes.	Una o dos veces al mes.	Una o dos veces al mes.	No recibe / Recibía antes con las revistas enviadas a sus domicilios o clínicas.
Uso de Redes Sociales	Si / Todos los días	Si / Todos los días	Si / Todos los días	No todos / Si tiene, revisa muy pocas veces a la semana.	No posee / Si posee casi no revisa las mismas.
Aceptación de la Información	Buena / Mala	Buena / Mala	Buena / Mala	Buena	Mala
Forma Preferida de Recibir Información	Redes Sociales / Página Web / Correo Electrónico / AudioVisuales	Redes Sociales / Página Web / Audio Visuales	Redes Sociales / Página Web / Correo Electrónico	Página Web / Correo Electrónico / Afiches en centros de trabajo.	Como antes, por medio de publicaciones impresas a sus casas, clínicas o centros de trabajo.

Fuente: Creación propia.

4.3.1 Puntos de Encuentro:

Como se muestra en la tabla comparativa, los resultados y puntos de encuentro entre los medios, tanto los jóvenes con los de mayor cantidad de años colegiados, es que la eficiencia y eficacia de la comunicación del colegio la catalogan como muy mala y que debe realizarse de forma más ágil y en lugares de trabajo. Además, muchos coinciden con que no conocen, ni el trabajo de la Junta Directiva del colegio, ni de las comisiones, dejando así entre ver que el proceso de comunicación dentro de la institución cuenta con grandes falencias.

4.3.2 Puntos Disensos:

Los agremiados más jóvenes son los que cuentan con una mayor aceptación a la tecnología y no esperan recibir ningún tipo de divulgación de información por medios impresos, solamente por medios digitales, hablamos de información precisa en la página web de la institución o con mayor predilección en las redes sociales. Caso contrario con los médicos con mayor edad, que siguen esperando las publicaciones impresas en sus casas o lugares de trabajo. Muchos de los médicos entre los rangos de edad de 22 hasta 55 años solicitan que se habilite una cuenta de whatsapp para que se brinde mejor divulgación de la información desde el colegio profesional a sus agremiados. Los médicos mayores de 55 años y que tenían la experiencia de recibir en los hospitales, clínicas o incluso sus residencias, solicitan que se vuelva con esa práctica, para tener la información impresa del trabajo de su colegio profesional.

4.4 FODA:

Al definir FODA, según (Benavides, 2004: P 70) “se habla de una aplicación con base en determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro que los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa”; el análisis FODA, en consecuencia permite:

-Determinar las verdaderas posibilidades que tiene la empresa o institución para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente.

-Concienciar al dueño de la empresa o encargados sobre la dimensión de los obstáculos que deberá afrontar.

-Permitirle explotar más eficazmente los factores positivos y neutralizar y eliminar el efecto de los factores negativos.

4.4.1 Fortalezas de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

Como todo colegio profesional avalado por la Constitución Política de la República de Guatemala en su acuerdo de Ley Colegiación Profesional Obligatoria, decreto NO. 72-2001 (Congreso de la República de Guatemala, 2001) que empodera a los colegios profesionales con formas administrativas, que cuentan con una Junta Directiva que a su vez designa a una personas encargada en la administración de su colegio y que guía los procesos para hacerle llegar información precisa a sus agremiados, se cuenta con una oficina especializada en la comunicación, tanto a nivel interno (administrativo) como externo (para con los agremiados) que hacen del conocimiento de su público objetivo, médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia, que cuenta con 2 personas que se encargan de crear, difundir y exteriorizar los mensajes que Junta Directiva quiera hacer llegar a sus agremiados, convocatorias y todas las actividades de las comisiones de la entidad. Después de analizar los datos recabados en la observación, conocimiento interno de la estructura del colegio, opiniones de los agremiados y en las entrevistas y las encuestas, se encontraron varias fortalezas de comunicación con las que cuenta este colegio profesional. Dicha oficina cuenta con personal capacitado dentro del área comunicacional y de relaciones públicas, quienes cuentan con equipo técnico y tecnológico brindado por la institución para realizar su trabajo y así difundir cualquier mensaje por cualquiera de sus medios de comunicación, hablamos de su propia página web, plataforma de Aula Virtual, redes sociales en donde los agremiados pueden encontrar información sobre colegiación, plan de prestaciones, sus comisiones de trabajo y la Comisión de Educación Médica Continua. La plataforma de Aula Virtual, que según el artículo 2 del reglamento interno del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, en donde todos los agremiados que ejerzan la profesión están obligados al cumplimiento de los CPA (Horas Crédito Anuales) establecidos en el

reglamento de EMC hasta la edad de 65 años; además del artículo 3 en donde el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, por medio de la Comisión de Educación Médica Continua, tiene como uno de sus fines promover de manera permanente la superación científica, académica y técnica de los miembros y agremiados a este colegio (COLMEDEGUA, 2008, págs. 2,3) cursos en línea, congresos, cursillos, talleres y el Congreso Nacional Anual de Medicina en las instalaciones de la sede central, sub-sede zona 1 y sub-sedes departamentales, para los agremiados fuera de la ciudad Capital, como información de jornadas médicas gratuitas y sus pasos, generación de carné de colegiado y muchos más beneficios con que les amparan las leyes. El uso de la tecnología de comunicación a la cual los médicos tienen acceso, no solamente se limita a la conexión de internet con la que cuentan en su casa o sus lugares de trabajo, ahora, gracias a las mismas, muchos de los agremiados entrevistados y encuestados tienen acceso a internet desde tu teléfono móvil celular, lugar de trabajo y módems móviles; y, desde este dispositivo accedan a sus cuentas de correo electrónico, que en la gran mayoría de entrevistados y encuestados poseen una cuenta y redes sociales, para así poder compartir la información que este colegio profesional pueda brindarles.

4.4.2 Oportunidades de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

Al encontrar que una gran mayoría de los agremiados al colegio, que formaron parte de la muestra en entrevistas y encuestas cuentan con acceso a internet, correo electrónico y redes sociales, se observan grandes oportunidades de mejorar el proceso de comunicación para con los colegiados desde la oficina de comunicación de este colegio profesional. La comunicación constante por medio del sitio web, aula virtual y redes sociales hace que el acceso a la información del agremiado sea más directa, eficiente y eficaz. Con el poco tiempo con el que cuentan los agremiados, más que un problema, se convierte en una oportunidad para hacer llegar de mejor forma la comunicación a los mismos y con la menor cantidad de tiempo. Además, con la oficina de comunicación y relaciones públicas, se pueden seguir realizando contactos con los medios de comunicación masiva para hacen, no solo del conocimiento del agremiado, sino también del público en general, las actividades

en las que está involucrada la institución, tal es el ejemplo de la conferencia de prensa, en donde el titular de la Junta Directiva, presidente del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, Dr. Porfirio César Santizo y el Ministro de Salud Pública y Asistencia Social, Licenciado Luis Enrique Monterroso firmaron un convenio para mejorar las condiciones laborales de los médicos en los hospitales y hospitales-escuela de país, evitando los turnos de castigo, a donde asistieron gran cantidad de medios impresos, radiales, televisivos y digitales, fue una excelente forma de llegar también a los médicos que no cuentan con correo electrónico para informarles de la actividad y que conocen de la situación del país, por medio de la lectura de matutinos, escuchar los noticieros radiales o ver en horas “prime time” los tele-noticieros guatemaltecos en los diferentes canales de difusión. Este es un ejemplo de la gran cantidad de oportunidades a las cuales esa oficina de comunicación puede optar para también hacer llegar información a sus agremiados.

4.4.3 Debilidades de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

A través de los datos recabados en las entrevistas, encuestas e información que el departamento de computo de la institución ha brindado, de los más de 20,000 agremiados con los que cuenta este colegio profesional, solamente 3,472 colegiados tienen registro en las bases de datos de informática de un correo electrónico. Muchos de los médicos y en su gran mayoría con edades que sobrepasan los 55 años, han sido renuentes a crear o compartir con la institución, una dirección de correo electrónico, esta situación se ha dado por decisión propia y muchos agremiados prefieren recibir información en revistas o boletines impresos que lleguen a sus lugares de trabajo, oficina o casa particular, como se hacía en años anteriores. La falta de acceso a una conexión a internet en comunidades remotas de nuestro país, también hace imposible poder contactar y conectar vía “e-mail” a los agremiados, muchos de ellos que viven en el interior del país, buscan las diferentes sub-sedes departamental solamente para realizar el pago anual de su colegiación y evitan hablar de actualizar sus datos en el sistema de cómputo. Otra debilidad que se encontró realizando esta investigación dentro del área de comunicación, es que para hacer llegar los boletines o impresos a las diferentes sedes y sub-sedes, se ha perdido el presupuesto, no solo de impresión de estos textos, sino también de repartición o envío a las sub-sedes

departamentales e incluso, como comentaron algunos médicos, se han dejado de llevar a su lugar de residencia, clínica particular o lugar de trabajo (hospitales, sanatorios, centros de salud) estos impresos, que hace algunos años atrás si lo realizaban. No se cuenta con un presupuesto directo de la unidad de Comunicación del Colegio y dentro del mismo, tampoco se cuenta con presupuesto para publicar afiches o enviar a sub-sedes para que conozcan los agremiados de las actividades de la Junta Directiva de su colegio profesional. Otra debilidad encontrada y es netamente problemática de los agremiados, es que, cuando se les solicitan que actualicen su información en diferentes actividades, dígase, actividades de educación médica continua, reunión para revisión del código deontológico, elecciones generales a Junta Directiva, asambleas generales, revisión del Reglamento del Plan de Prestaciones: este reglamento regula el funcionamiento del Plan de Prestaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala conforme a la Ley del Timbre Médico, Decreto número 3-73 del Congreso de la República y los acuerdos de asamblea general del 9 de octubre del 2004 (COLMEDEGUA, 2007: p. 3) extraordinarias y más, se les brinda una boleta para que los agremiados puedan llenarla, algunos colegiados por premura de tiempo llenar la boleta con lapicero y esto dificulta la digitación de los datos. Ver anexo con ejemplos.

4.4.4 Amenazas de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

Al llegar a este punto de la investigación, después de recopilar todos los datos y plantear algunos la primera parte del FODA, se encuentran que en la información brindada en las entrevistas, así como también en la encuesta digital, se solicitó a los agremiados sus comentarios para saber de qué forma, como colegio profesional, se puede mejorar la comunicación de su colegio profesional; fue así como varios agremiados ampliaron sus comentarios y compartieron varios puntos de vistas valiosos y así mejorar la comunicación de su colegio profesional para con ellos. La mayoría de los agremiados en las entrevistas y encuestas manifiestan su el malestar que sienten hacia los representantes de su colegio por el poco apoyo que reciben de la Junta Directiva y de las políticas, en algunos casos ambiguas con las que todavía cuenta la estructura de la entidad, incluso para realizar algunas operaciones sencillas. Además, dentro del contenido de las entrevistas y encuestas,

los agremiados comparten sugerencias para el área de comunicación, muchos proponen la creación de una comisión que represente a la Junta Directiva y haga visitas a sus lugares de trabajo, para poder exponer los diferentes casos y problemas que sufren dentro los agremiados dentro de sus espacios de trabajo, contestar de forma más rápida sus inquietudes a través de las redes sociales, crear un correo electrónico específico para apoyo y ayuda al agremiado, tener un mejor manejo de la información en las redes sociales, mejorar el Aula Virtual y utilizar plataformas digitales para acreditar sus horas crédito dentro de la Comisión de Educación Médica Continua y habilitar un número de teléfono con la aplicación de “whatsapp” para realizar sus consultas y resolver sus dudas sobre algún problema en específico. Los nuevos agremiados advierten que solamente realizan su colegiación por ser netamente obligatoria, también advierten que la Junta Directiva debería de enfocarse también en los nuevos colegiados y en los estudiantes en últimos años de las carreras que este colegio profesional aglutina para que ellos se relacionen más con el colegio y el trabajo de las comisiones.

CAPITULO 5

Plan de Comunicación para Mejora la Imagen Institucional del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

5.1 Antecedentes

5.1.1 Historia:

El departamento de Comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se remonta al año 2010, en donde la Junta Directiva de este colegio profesional, presidida en ese entonces por el Dr. Carlos Rodolfo Mejía Villatoro (periodo 2010-2012) optaron por crear un departamento especializado para la difusión de mensajes de la Junta Directiva para con sus agremiados, a cargo de la Licenciada: Dora Oliva, quien realizó los primeros trabajos de diseño y diagramación de la Revista Médica y también de los boletines informativos para la institución. En el siguiente periodo, la Junta Directiva presidida por el Dr. Byron Humberto Arana González (periodo 2012-2014), continuó con el trabajo de difusión comunicacional de mensajes dirigidos a los agremiados y utilizando los medios de comunicación masiva para informar a los mismos sobre las actividades de su colegio profesional. Con una nueva Junta Directiva y bajo la necesidad de mantener más y mejor informados a los agremiados de las actividades de la institución, la actual Junta Directiva, presidida por el Dr. Porfirio César Santizo Salazar (2014-2016) tuvo a bien devengar la responsabilidad de la comunicación, tanto interna como externa a 2 comunicadores, uno especializado en el diseño y manejo de redes sociales y pagina web y otro en Relaciones Públicas, diseño y creación de audio/visuales. Con el paso del tiempo, la tecnología ha evolucionado y los agremiados necesitan la información de forma más precisa y eficiente, las redes sociales y los mensajes audiovisuales, así como la página web, han sido de gran ayuda para la difusión del mensaje que la actual Junta Directiva le envía a todos sus agremiados y que fueron creadas en este periodo.

5.1.2 Funciones

La delegación de actividades y responsabilidades que la Junta Directiva ha devengado a los comunicadores dicha responsabilidad: una persona especializada en la actualización y manejo de las redes sociales del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala; diseño de la Revista Médica y actualización de la información en la página web; y, otra persona encargada de la publicidad y Relaciones Públicas de la institución, realizando también trabajo de diseño y diagramación de los Boletines Informativos, creación de audio/visuales y voz institucional del Colegio Profesional; bajo su responsabilidad, también esta el diseño y diagramación de invitaciones, banners y todo lo que la Junta Directiva solicite para compartir en la página web y redes sociales de la entidad.

5.1.3 Situación Comunicacional

El Área de Comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala cuenta con equipo para poder realizar todo lo que se necesita para destacar la información que se quiere hacer llegar a los agremiados de este colegio. Cuenta con una cámara fotográfica y una cámara profesional de video, también 2 equipos de cómputo especializados con sus respectivos programas de diseño y diagramación para realizar el trabajo requerido. Por medio de la Comisión de Aula Virtual se realizó la cotización (pendiente de aprobar) de equipo de transmisión para poder, a través de la página web y la plataforma de Aula Virtual de la institución, llevar a los agremiados eventos, seminarios o congreso requerido y que los mismos puedan realizar sus horas crédito (necesarias como actualización de información para ser Colegiado Activo y también es requerido por la ley de Colegiación Profesional, decreto 72-2001 del Congreso de la República) a través de esta plataforma virtual.

5.2 Objetivos de Comunicación

5.2.1 Objetivo General:

Mejorar la calidad y efectividad del mensaje a comunicar desde el Área de Comunicación, bajo las directrices de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para con sus agremiados.

5.2.2 Objetivos Específicos

-Aumentar los mensajes y el flujo de información en los Medios de Comunicación Masiva (prensa, radio, tv y medios electrónicos), redes sociales (facebook y twitter), mailing (correos directos a los colegiados), pagina web (www.colmedegua.org), medios impresos internos (boletines informativos, revistas y memorias de labores) para que los mismos agremiados con acceso a internet o sin él, tengan toda la información de su colegio profesional.

-Mejorar la forma de comunicación y presentación del mensaje en todos los medios internos de contacto para con los agremiados.

-Aumentar el número de colegiados activos con correo electrónico para enviarles la información a sus respectivas cuentas.

-Aumento de seguidores colegiados en las redes sociales (Facebook y twitter) respectivamente.

-Aumento de ingresos a la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala de forma mensual.

-Aumento de las visitas a las distintas actividades que realice y transmita la plataforma de Aula Virtual de la Comisión de Educación Médica Continua.

5.3 Identificar al Público

5.3.1 Target

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, es el ente que rige y que dirige a los profesionales en la salud, en este caso hablamos de los médicos generales, médicos con sub-especialidad y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia, desde su fundación el 20 de marzo de 1947 y según decreto del Congreso de la República sobre la Ley de Obligación Profesional Obligatoria del 21 de diciembre del 2001, decreto: 72-2001.

5.3.2 Demografía:

Dentro de los agremiados al Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encuentran agremiados desde los 22 años (lo últimos colegiados recién graduados de las diferentes universidades del país) hasta los agremiados con mayor antigüedad, médicos que oscilan en las edades de los 80 y 90 años; la gran mayoría de nacionalidad guatemalteca, aunque es de resaltar también una buena cantidad de agremiados extranjeros que para poder ejercer la medicina en nuestro país, deben incorporarse a la Universidad de San Carlos de Guatemala en la Facultad de Medicina, realizar la equivalencia de sus cursos con los de la universidad extranjera en donde se graduaron y pagar su colegiación obligatoria por el tiempo, ya sea anual, si desean vivir en el país o bien parcial si será por un corto lapso de tiempo; los agremiados, médicos generales, médicos con sub-especialidad y especialidades, los licenciados en enfermería y los licenciados en fisioterapia, son de ambos sexos, tanto masculino como femenino.

5.3.3 Nivel Socioeconómico

Al consultar a los encargados del departamento de cómputo, en donde llevan las estadísticas y los datos exactos de los agremiados, comentan que el nivel socioeconómico de los colegiados activos varía de gran manera, ya que, muchos agremiados principalmente del interior del país, ha logrado colegiarse en esta entidad gracias a grandes esfuerzos y la perseverancia del estudio, muchos con becas universitarias o bien con mucha ayuda familiar; así como también existe la contracara, los agremiados que provienen de las mejores familias acomodadas del país.

5.3.4 Medios de Comunicación que Utiliza el Target

Para informarse, los agremiados a este colegio utilizan, entre los más jóvenes el internet, las redes sociales (Facebook y twitter) y la página web del colegio, ya que su acceso a la red, desde su teléfono celular hace que los colegiados sean más propensos a recibir la información por cualquiera de los medios digitales que utiliza la institución y así les sea mucho más accesible. Los médicos con mayor edad, que tiene acceso a internet, ya sea

desde su clínica privada, su lugar de trabajo o su hogar, consultan más su correo electrónico y la aplicación “whatsapp”, es cierto que algunos cuentan con cuentas propias de redes sociales, pero no todos las han aceptado como un medio de comunicación; en cambio los médicos de mayor edad, los que comprenden las edades de 60 a 80 e incluso 90 años y están más familiarizados a la lectura, prefieren la información en medios impresos, no solo con medios de comunicación masiva, sino también con medios internos de su propio colegio, en este caso las publicaciones impresas de boletines, revistas médicas y memoria de labores.

5.4 El Mensaje

El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala como una entidad rectora de los colegiados activos especializados en la salud, médicos generales, médicos con sub-especialidades y especialidades, licenciados en enfermería y licenciados en fisioterapia, tiene la obligación y la responsabilidad de comunicar de forma eficiente y eficaz a la Asamblea General (nombre determinado por la Junta Directiva para nombrar a todos los agremiados) el trabajo que la misma está realizando en pro del bienestar de sus agremiados. En este caso, el mejorar la forma en que se comunica, utilizar de mejor manera la página web de la institución y mejorar la forma de comunicar (estilo y diseño) así como también la plataforma de Aula Virtual y toda la información que se comparte a través de las redes sociales; además, los resultados de los trabajos realizados por las comisiones, sus participaciones en convenciones y demás notas requeridas por los agremiados para que vean el trabajo de la Junta Directiva que ellos mismos escogieron en elecciones generales. Los mensajes varían desde información muy básica, como por ejemplo: la ubicación de la sede y sub-sedes, tanto en la capital como en el interior del país, número telefónico, página web, redes sociales, transmisiones en Aula Virtual y más; hasta información de comunicados de la Junta Directiva a los agremiados o bien del trabajo que cierta comisión está realizando o tendrá a bien realizar en fechas posteriores. Los mensajes varían dependiendo de la información que la Junta Directiva quiera comunicar.

5.5 La Estrategia

5.5.1 Manual Corporativo

Es claro el mensaje que los agremiados quieren recibir de su colegio profesional, una comunicación eficiente y eficaz, debido al poco tiempo con el que cuentan los profesionales de la salud, el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala tiene la obligación de brindarles y comunicarles a todos los agremiados del país, sobre el trabajo que realiza, tanto de la Junta Directiva como de sus Comisiones de la forma más ágil y prolija posible para que pueda entenderse de manera clara y concisa la información. Como parte importante de esta estrategia, será evidenciar nuevas formas de comunicación que pueda ser reflejado y aceptado por el grupo objetivo y que se pueda ver plasmado en los boletines, memorias de labores, revista médica, comunicados y dirección de sedes y sub-sedes, página web, transmisiones a través del Aula Virtual, actualización de datos, trabajo de las comisiones especializadas, medios de comunicación masiva y audio/visuales, así como otras formas de comunicación que serán las vías por las cuales los agremiados se informen sobre lo que se suscita en dicha institución. El Manual Corporativo instruye a los comunicadores del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala sobre la forma correcta de comunicar desde la Junta Directiva y Comisiones hacia los agremiados, se destaca la tipografía, paleta de colores y muy puntualmente las únicas 2 formas en que se puede utilizar el logo tipo de este colegio profesional. Es importante contar con un documento de este tipo a la vista de los diseñadores, editores de textos y audio visuales para seguir una misma línea comunicacional y no generar ruidos en la comunicación hacia los agremiados. Para esto, también es importante impartir una charla con los encargados de la comunicación de este colegio profesional para unificar ideas y encontrar un camino correcto para realizar una buena comunicación, la sugerencia es coordinar una mesa técnica 2 veces al mes los días viernes junto con el personeros de la Junta Directiva para planificar y delegar responsabilidades comunicativas a los encargados de esta área.

5.5.2 Remozamiento de la Página Web (www.colmedegua.org)

Otra estrategia viable a utilizar dentro de todas las formas y medios de comunicación del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para con sus agremiados es la página web. En ella, los colegiados de esta entidad pueden realizar varios trámites, desde verificar su colegiación, ver sus horas crédito, calendario de actividades, labores mensuales de cada comisión, comunicados de prensa e internos, informes de Junta Directiva, publicaciones digitales de La Revista Médica, Memoria de Labores y el Boletín Informativo, entre otros. Además, un enlace directo con la página web del Aula Virtual, la plataforma de internet que permite a los miembros del Colegio de Médicos de Guatemala poder acceder a los congresos médicos, cursos, diplomados, postgrados y demás actividades de Educación Médica Continua que el Colegio y las diferentes asociaciones promueven, con un link que se comparta desde la página web hacia el direccionamiento de la plataforma de Aula Virtual. Mejorar la diagramación y la percepción visibilidad tanto en una computadora, tablet o celular de la página web de la institución, utilizando los colores según el Manual Corporativo recién creado para que el encargado del diseño de la página web también acate y cumpla con los cambios de imagen.

5.5.3 Modernización de la Plataforma Aula Virtual (www.aulavirtual.colmedegua.org)

Con esta plataforma el colegiado puede asistir de manera remota, en tiempo real o diferido a las diferentes actividades, sin necesidad de estar físicamente presente en las mismas. Este Colegio Profesional ha desarrollado esta herramienta, pensando en los colegiados, para facilitar el acceso a la información de interés general o por especialidad médica, favoreciendo a todos los colegiados del país ya que no necesitan viajar para poder acceder a las sesiones del Colegio. Al mejorar la producción de esta herramienta, con la compra de equipo y capacitación al personal que la utiliza, permitirá que los agremiados puedan acceder a todo el contenido que se genera dentro del Colegio de Médicos, fortaleciendo la educación continua, interés de todos los médicos del país. Un remozamiento con enfoque interactivo para no crear un ruido visual de aburrimiento, todo lo contrario, con opciones móviles, audios y accesos a videos con links en auto-play e hipervinculos; mejoramiento de

los colores según el Manual Corporativo recién creado para que el encargado del diseño de la página web también acate y cumpla con los cambios de imagen. La tecnología camina a pasos agigantados, no solamente en el ámbito diario, sino también en el ámbito médico y este colegio tiene la oportunidad también de hacer más accesible el conocimiento a los médicos y la modernización de sus técnicas y estudios que les ayudarán en sus quehaceres diarios dentro de su profesión. La modernización del Aula Virtual como plataforma educativa, comprende la adquisición de equipo de transmisión en tiempo real a través de USTREAM (transmisión de audio/visuales por internet) y acceso remoto a la educación en cualquier parte del mundo para un médico con una computadora, tablet o teléfono inteligente y una conexión a internet, puedan participar en charlas, cursillos, congresos y más que este colegio quiera compartir a sus agremiados. Se tiene la base de la plataforma virtual del Aula Virtual y se ha trabajado con equipo de grabación propio de este colegio (cámara fotográfica y de video), se han adquirido algunos implementos tecnológicos para grabar y luego editar el material para subirlo a la página web y el canal de youtube de este colegio profesional, pero esto también ha creado un problema por motivo de tiempo, de revisión de material, de revisión de audio, de creación de gráficos, edición, y todo lo relacionado con la post-producción. Es por eso y por muchas cosas más, como también la suma de “Horas Crédito” que todo profesional de este colegio debe culminar al finalizar el año, que se sugiere la adquisición de equipo de transmisión con el cual no cuenta este colegio para la difundir en tiempo real de los cursos y cursillos que se puedan emitir a través de la página web.

5.6 Acciones de Comunicación

5.6.1 Manual Corporativo

Es muy importante para toda institución la creación de un Manual Corporativo que sirva de guía e instructivo para los encargados de comunicación de la entidad los lineamientos, tipografías, colores y formas a utilizarse de ahora en adelante en este colegio profesional. Al no contar con uno, se realizó el diseño de un Manual Corporativo especializado en el

Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala con las especificaciones exactas de la nueva forma de comunicar en esta entidad.

Manual Corporativo

Guía de Color y Tipografía





➤ El logotipo del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala establecido y aprobado por Junta Directiva, no debe cambiarse en color o forma; la única forma válida de cambio es por escala de grises.





- ESCALA GRICES -
Código: 373838

COLMEDEGUA
COLORES DE DISEÑO

			
- BLANCO -	- AQUA -	- CELESTE -	- AZUL -
Código: ffffff	Código: aef7ec	Código: 6fa8dc	Código: 142e58
R: 255	R: 174	R: 111	R: 20
G: 255	G: 247	G: 168	G: 46
B: 255	B: 236	B: 220	B: 88
C: 00%	C: 48%	C: 74%	C: 98%
M: 00%	M: 00%	M: 21%	M: 94%
Y: 00%	Y: 22%	Y: 06%	Y: 46%
K: 00%	K: 00%	K: 00%	K: 16%

COLMEDEGUA
TIPOGRAFÍA EN TEXTOS

TITULAR (Títulos): (Franklin Gothic Heavy)

ENCABEZADOS (Sub-Títulos): (Franklin Gothic Book)

Texto Opción 1: (cuerpo del texto) (Cordia New)
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Texto Opción 2: (cuerpo del texto) (Gisha)
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Texto Afiches/ Publicaciones Web: (titular/cuerpo de texto) (Avenir Lt Std)
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Fuente: Creación propia.

5.6.2 Remozamiento de la Página Web (www.colmedegua.org)

Otro factor importante para los agremiados de este colegio es también la página web, para quienes la visitan y buscan encontrar información precisa y exacta de lo que buscan, es importante rediseñar la misma para que sea más atractiva para los colegiados. Al contar con un diseño establecido, se compartió el diseño actual y la propuesta de este investigador.



Fuente: Página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala
www.colmedegua.org



Fuente: Página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala
www.colmedegua.org

5.6.3 Modernización de la Plataforma Aula Virtual (www.aulavirtual.colmedegua.org)

Al carecer de equipo para transmisión se realizó el trabajo de cotización del mismo en diferentes empresas, presentado INRESA (empresa especializada en la venta y distribución de equipo televisivo y de audio) los precios más bajos y la mejor calidad en equipo, además, de la cotización del M.A. Rafael Salazar (Producer Television&Trainer) para la asesoría y conexión del equipo al USTREAM de la página web de Aula Virtual (www.aulavirtual.colmedegua.org) que servirá para la transmisión en tiempo real por este enlace a todos los agremiados con acceso a internet de cursillos, congresos y acreditaciones de horas crédito profesionales de una manera más fácil y sencilla.

		Presupuesto No. 34075 - 2015		
INGENIERIA Y REPRESENTACIONES, S.A. <small>11 Avenida 12-91, Zona 2, Ciudad Nueva, Guatemala Ciudad, Guatemala PBX: (+502) 2222-8000 / 8022 e-mail:ventas@inresa.gt NIT.: 510009-7</small>		Fecha: Guatemala, 03/04/2015 1 / 1	Condición de Pago: ANTICIPADO CON LA ORDEN	
Código: C0203 Sr(es): Colegio de Medicos y Cirujanos de Guatemala Dirección: 0 Calle 15-46, Zona 15 Telefono(s): 2369-4049/51 e-mail(s): Nit: 456050-7		Lugar de Entrega: Nuestras Oficinas	Tiempo de Entrega: Soonest	
		Validez de la Oferta: 10 dias o mientras duren existencias.	Ref. Cliente:	
		Contacto:	Regimen ISR: SUJETO A PAGOS TRIMESTRALES	
Según su requerimiento a continuación les presentamos nuestra propuesta:				
Artículo	Descripción	Cantidad	Precio	Total
BLMA-ATEM-TV	ATEM TELEVISION STUDIO SWITCHER	1	9,500.00	9,500.00
BLMA-PCIE	TARJETA PCIE BLACK MAGIC INTENSITY PRO	1	1,900.00	1,900.00
NANG-CN-0600DCHP	LUCES LED 3200/400K, DMX CONTROL, CI/ADAPTADOR PBAT.EXT. Y CONSOLA	2	4,595.00	9,190.00
NANG-NG-L280	TRIPOD PARA LUCES, HASTA 2.8M	2	250.00	500.00
Total con IVA en letras: Veintiun mil noventa Quetzales				21,090.00 QTZ
Comentarios:		Firma de Aceptado		
		02-Ennio Aguilar Ext: 8026 jnramos@inresagt.com		
PROFESIONALES EN: AUDIO - VIDEO - MULTIMEDIA - RADIODIFUSION Y TELEVISION				

Fuente: Cotización de INRESA (pdf)

Señores
Lic. Javier Polanco
Director de Relaciones Publicas
Colegio de Médicos de Guatemala

Estimado Señor:

Saludándolo, me dirijo a usted para presentarle la cotización de la capacitación del personal de su departamento para el uso de equipo de televisión para transmisiones en vivo y en directo por medio de la web por ustreame.

Esto incluiría:

Instalación de equipo.
Conexiones a la web.
Transmisión por ustreame.
Uso de cámaras, switcher y micrófonos.
Material de texto.

Dos sábados de 8 a 13 horas en sus oficinas.

El costo total es de Q.5,000.00 (cinco mil quetzales)

Sin más por el momento, me suscribo.

Atentamente,


Lic. José Rafael Salazar
Producer Television & Trainer
Tel.: 502 5308 1689
rafasalazartv@gmail.com

rafasalazartv@gmail.com



16 calle 3-91 zona 12, Colonia Villalobos 1, Villa Nueva - Tel.: 502 5308 1689

5.7 Presupuesto

Para desarrollar con exactitud el Plan de Comunicación para el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se ha realizado una contabilidad de los equipos especializado para el funcionamiento de la plataforma del Aula Virtual y la entidad cuenta con gran parte del equipo necesario, como computadoras portátiles, de escritorio, software de arranque, cañoneras, equipo de amplificación de audio, micrófonos, una cámara profesional de video, una cámara digital de fotografía, splitter y más; que complementarían al equipo que se ha cotizado para que, en conjunto, se mejoren las transmisiones de la plataforma Aula Virtual se tenga una mejor forma y técnica de comunicar lo que la Junta Directiva o sus comisiones desea para con sus agremiados. A continuación se comparte una tabla de

Artículo	Descripción	Cantidad	Precio	Sub-Total
Switcher	ATEM TV STUDIO	1	Q. 9,500.00	Q. 9,500.00
Tarjeta	PCIE BLACK MAGIC INTENSITY PRO	1	Q. 1,900.00	Q. 1,900.00
Luz Led	DMX CONTROL LUZ LED 3200/5400K	2	Q. 4,595.00	Q. 9,190.00
Tripie	TRIPIE LUZ LED 3200/5400K	2	Q. 250.00	Q. 500.00
Tripode	LIBEC RS-450M	1	Q. 4,500.00	Q. 4,500.00
Asesoría	M.A. RAFAEL SALAZAR	1	Q. 5,000.00	Q. 5,000.00
Software	LICENCIA ADOBE CS6	1	Q. 800.00	Q. 800.00
			TOTAL:	Q. 31,390.00

Fuente: Creación propia.

Dentro de la cotización no se incluye el servicio de diseño, asesoría en las páginas web y administración de los dominios de internet, ya que el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala cuenta ya con la asesoría de profesionales en el ramo y por contratos anuales de Servicios Profesionales y la membresía anual del USTREAM con un costo de Q. 1,800.00.

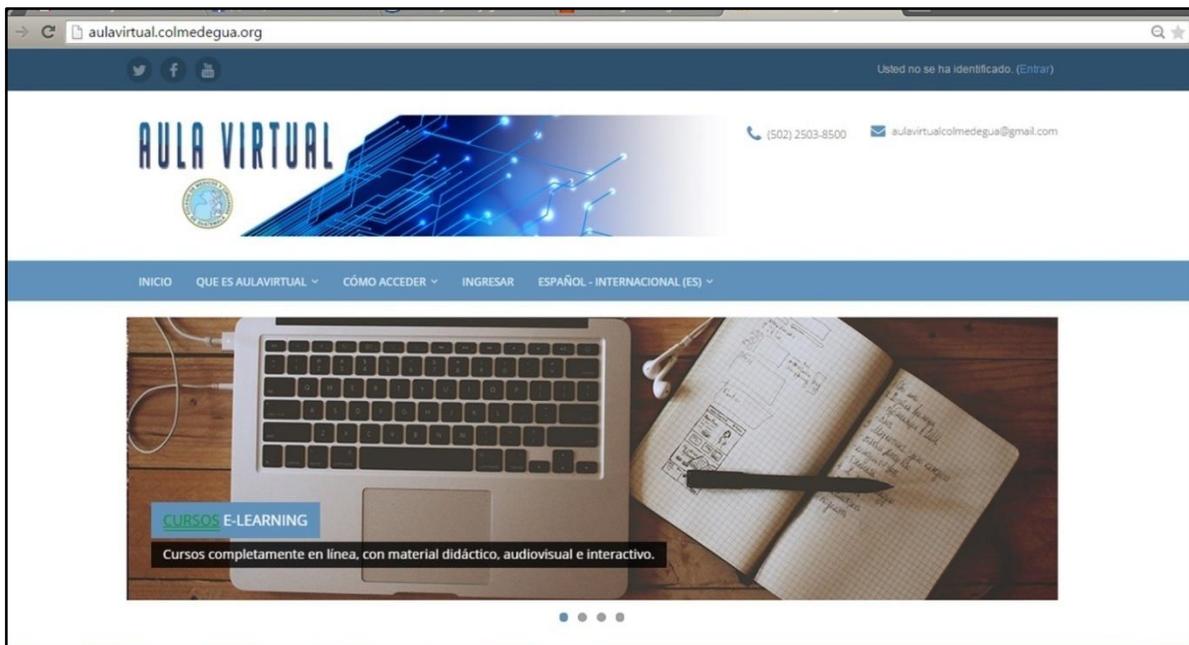
Equipo de Transmisión Cotizado



Fuente: Creación propia.



Fuente: Creación propia.



Fuente: Página web del Aula Virtual del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.
aulavirtual.colmedegua.org

5.8 Cronograma de Implementación de la Estrategia de Comunicación para el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala:

Para mejorar y eficientar la comunicación de la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para con sus agremiados, se distribuyen de la siguiente manera la estrategia:

Cronograma de Actividades Mes de Junio 2015							
Actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2	3
Revisión de equipo de computo para que cuente con las tipografías asignada en el Manual.	4	5	6	7	8	9	10
Cambio de la tipografía de las formas de comunicación virtual a los agremiados (redes sociales y diseños)	11	12	13	14	15	16	17
Corrección de cintillos con la nueva paleta de colores y tipografías asignas en el Manual Corporativo para audio/visuales.	18	19	20	21	22	23	24
Corrección de Estatutos Médicos 2015 con la nueva gama de colores y tipografía asignada.	25	26	27	28	29	30	31

Fuente: Creación propia.

Cronograma de Actividades Mes de Julio 2015							
Actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Reuniones con los encargados de comunicación de la entidad y representantes de la Junta Directiva.	1	2	3	4	5	6	7
Inicio de bocetos para posibles cambios a la página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.	8	9	10	11	12	13	14
Finalización del diseño de página web y conversión a lenguaje de programación para ingeniero en sistemas.	15	16	17	18	19	20	21
Modernización y remozamiento del diseño de la página de Aula Virtual y conectores para links del colegio.	22	23	24	25	26	27	28
Inicio de trabajo de prueba y conexión de USTREAM al link de Aula Virtual con videos pre-grabados de cursillos.	29	30					

Fuente: Creación propia.

Cronograma de Actividades Mes de Agosto 2015							
Actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Capacitación para uso del equipo de transmisión de TV.			1	2	3	4	5
Creación de cintillos para el próximo Congreso Regional de Medicina.	6	7	8	9	10	11	12
Supervisión de la transmisión a través de la web de Aula Virtual.	13	14	15	16	17	18	19
	20	21	22	23	24	25	26
	27	28	29	30	31		

Fuente: Creación propia.

CONCLUSIONES

1. Se detectaron varias fortalezas en la comunicación de la institución, principalmente con herramientas de comunicación, tal es el caso del “mailing”, página web, fanpage y twitter, así como también la plataforma de Aula Virtual; pero también esta investigación, permitió conocer las debilidades que tiene la comunicación de la Junta Directiva de esta entidad, para con sus agremiados.
2. Esta investigación demuestra la falta de estandarización en la comunicación de este colegio profesional para con sus agremiados. De tal cuenta, esta investigación propone la creación de un Manual Corporativo a utilizarse para mejorar la presentación de la comunicación que reciben los agremiados a través de todos los medios de comunicación de la entidad.
3. Con base a la opinión de los agremiados, se debe tener más presencia de su colegio profesional en los medios de comunicación masivos y digitales.
4. La investigación plantea un Manual Corporativo de Identificación Institucional para estandarizar la forma en cómo se presenta el mensaje comunicacional al agremiado.
5. Con base a la opinión de los agremiados en las entrevistas personales y encuestas, esta entidad debe mejorar la forma en que maneja y comunica a través de las redes sociales de este colegio profesional.
6. Se comprobó que la página web y las redes sociales de la institución no obtienen los resultados de consulta mensual deseados por la Junta Directiva de este colegio profesional.

RECOMENDACIONES

1. Emparejar una base de datos digital con la base de datos actual, para actualizar la información de los agremiados de este colegio profesional.
2. Implementar el Manual Corporativo que esta investigación propone para toda la información que la Junta Directiva desee compartir con sus agremiados.
3. Implementar el mejoramiento de la imagen de la página web de la institución, según lo estandarizado en el Manual Corporativo que se propone en la presente investigación.
4. Asignar el presupuesto a la Comisión de Educación Médica Continua a través de la plataforma de Aula Virtual, para adquirir el equipo específico y con ellos, mejorar las transmisiones de dicha plataforma virtual.
5. Mejora el flujo de información que se comparte a través de la página web y las redes sociales de la institución, para mejorar el proceso de comunicación que se tiene con los agremiados.
6. Asignar un número de teléfono celular, con una conexión a internet, ya sea compra de datos prepago o conexión wifi dentro de las instalaciones de este colegio profesional, para mejorar la comunicación con sus agremiados y dar respuesta correcta, eficaz y directa a los colegiados que lo soliciten por esta red social.
7. Implementar la transmisión del Congreso Nacional de Medicina a través de la plataforma de Aula Virtual.
8. Implementar un medio digital para acreditar Hoja Crédito obligatorias de la Comisión de Educación Médica Continua, por la visualización de los agremiados del Congreso Nacional Anual de Medicina a través de la plataforma de Aula Virtual.

9. Si la Junta Directiva actual, autoriza la implementación de la nueva estrategia de comunicación propuesta en esta investigación, realizar en un año un diagnóstico completo de comunicación para evaluar si mejoró o no la implementación de dicha estrategia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Antoine, Jacques. (2003). El Sondeo. Una herramienta de marketing. 1ra ed. España, Ediciones Deusto, Planeta de Agostini Profesional y Formación, S.L. 233 p.
2. Asturias Francisco. (1959). Historia de la Medicina en Guatemala. Editorial Universitaria. Guatemala. 477 p.
3. Benavides Pañeda, Javier. (2004). Administración. México, Distrito Federal (D.F.). McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. 354 p.
4. Briggs, Asa & Burke, Peter. (2002). De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación. Taurus Historia. Santillana, México. 425 p.
5. Chaves, Norberto. (2006) La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional. (3 ed.). Barcelona, España. p 73.
6. COLMEDEGUA, Á. d. (2013 y 2014). Boletín Informativo. Guatemala: COLMEDEGUA.
7. COLMEDEGUA (2014) Código Deontológico del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala. Guatemala. 20 p.
8. COLMEDEGUA (2014). Memoria de Labores. Guatemala. 29 p.
9. COLMEDEGUA, C. d. (2008, 2011, 2014). Presentación. Revista Médica, Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.
10. COLMEDEGUA. (2008). Reglamento de Educación Médica Continua del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala. Guatemala: COLMEDEGUA.
11. COLMEDEGUA, P. d. (2007). Reglamento del Plan de Prestaciones del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala. Guatemala: COLMEDEGUA.
12. Domínguez Sánchez-Pinilla, Mario (2003) Las Tecnologías de la Información y la Comunicación: sus opciones, sus limitaciones y sus efectos en la enseñanza. Nómadas, Universidad de Compostela, Madrid, España. 68 p.

13. Enred Consultores S.L. (2016) La Sociedad de la Información en el Siglo XXI: Un requisito para el desarrollo. Ministerio de Ciencia y Tecnología, España. 300 p.
14. Garrido Cruz, Milvia Noemí (2014). “Diagnóstico y propuesta de comunicación estratégica para la Asociación de Ginecología y Obstetricia de Guatemala -AGOG-” Tesis, USAC, Guatemala. 135 p.
15. Hanchett, Effi S. (1981). Salud de la Comunidad. Conceptos y evaluación. 1ed. México, Editorial Limusa, S.A. de C.V. 199 p.
16. Hayes, Bob E. (2009). Cómo Medir la Satisfacción del Cliente. Diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadístico. 2da ed. Oxford University Press México, S.A. de C.V. 271 p.
17. Interiano, Carlos. 1995. Semiología y Comunicación. Guatemala, C.A.: Ediciones Paz. 144p.
18. Isaacson, Walter (2018). Los Innovadores: los genios que inventaron el futuro. Penguin Random House Editorial, México. 605 p.
19. Junta Directiva Periodo 2014-2016. (2014). Plan Estratégico 2014-2016. Guatemala: COLMEDEGUA. 58 p.
20. Koontz, Harold. (2004) Administración. Una perspectiva global. 11 ed. México, McGraw-Hill Interamericana, (McGraw-Hill Interamericana Editores). 788 p.
21. Mérida González, Aracelly Krisanda. (2020). Manual para Elaborar y Presentar la Tesis. Edición revisada y aumentada. Guatemala: Editorial M&G. 181 p. + Apéndice XXXIV.
22. Órtiz Uribe, Frida Gisela; García Nieto, Ma. Del Pilar (2003). Metodología de la Investigación: El Proceso y Sus Técnicas. México: LIMUSA, S.A. de C.V. 158 p.
23. Pérez-Montoro Gutiérrez, Mario. (2010). Arquitectura de la Información en Entornos Web. Ediciones Trea, S.L. Gijón, España. 400 p.

24. Thompson, John B (1998). La Media y la Modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. 1era Edición. Editoriales PAIDOS, Barcelona España. 357 p.
25. Williams, Raymond (1974) Los Medios de Comunicación Social. 2da Edición. Ediciones Península, Barcelona, España. 206 p.
26. Yepes Storck, Ricardo (1996). Fundamentos de Antropología. Un ideal de la excelencia humana. Pamplona España. EUNSA, Ediciones Universidad de Navarra. p. 524

E-GRAFÍAS

27. Paco Marchante: Educación Plástica y Visual. ¿Qué es una Imagen? Consultada el 13 de mayo del 2,020. <http://narceaeduplastica.weebly.com/iquestqueacute-es-una-imagen.html>
28. Tony Montón: Identidad Corporativa. Consultada el 15 de mayo del 2,020: <https://www.taikosolutions.com/component/zoo/item/identidad-corporativa-2.html>
29. García Ferrado: ¿Qué es una encuesta? Consultada el 5 de mayo del 2,020: <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/queesunaencuesta.pdf>
30. AUSJAL: Curso Continental AUSJAL sobre Pobreza en América Latina. Consultada el 18 de mayo del 2,020. <http://apps.ucab.edu.ve/diplomadonew/aulavirtual.pdf>
31. Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf, David D. Clark, Robert E. Kahn, Leonard Kleinrock, Daniel C. Lynch, Jon Postel, Larry G. Roberts, Stephen Wolff: Historia de Internet. Consultada el 19 de mayo del 2,020. <https://www.internetsociety.org/es/internet/history-internet/brief-history-internet/>
32. Marketing de Contenido de RD Station: Redes Sociales: Consultada el 23 de mayo del 2,020. <https://www.rdstation.com/mx/redes-sociales/>
33. Marketing de Contenido de RD Station: Redes Sociales: Consultada el 23 de mayo del 2,020. <https://www.rdstation.com/es/blog/fanpage-facebook/>
34. Marketing Informatica Milenium: Sitios Web. Consultada el 29 de mayo del 2,020. <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-son-los-sitios-web.html>
35. Blog USTREAM. Marketing educativa.com. Consultada el 25 de mayo del 2,020. <https://www.educativa.com/blog-articulos/ustream/>
35. Ley sobre Colegiación Profesional Obligatoria. Congreso de la República. Consultada el 21 de mayo del 2,020. <https://www.congreso.gob.gt/>
36. Página Oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala. Consultada el 6 de mayo del 2,020. <http://www.colmedegua.org/>
37. Plataforma Virtual de Educación Médica Continua. Aula Virtual. Consultada el 5 de mayo del 2,015. <http://aulavirtual.colmedegua.org/>

38. Alejandra Naveira. Historia de Facebook: Una red social para los estudiantes de Harvard. Consultada el 8 de junio del 2,020. <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-facebook-nacimiento-y-evolucion-de-la-red-social/>
39. Equipo de WebEscuela. ¿Qué es facebook, para que sirve y como funciona esta red social? Consultado el 3 de junio del 2,020. <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>
40. Equipo de Neoattack. Fanpage: Concepto de Fanpage. Consultado el 7 de junio del 2,020. <https://neoattack.com/neowiki/fan-page>

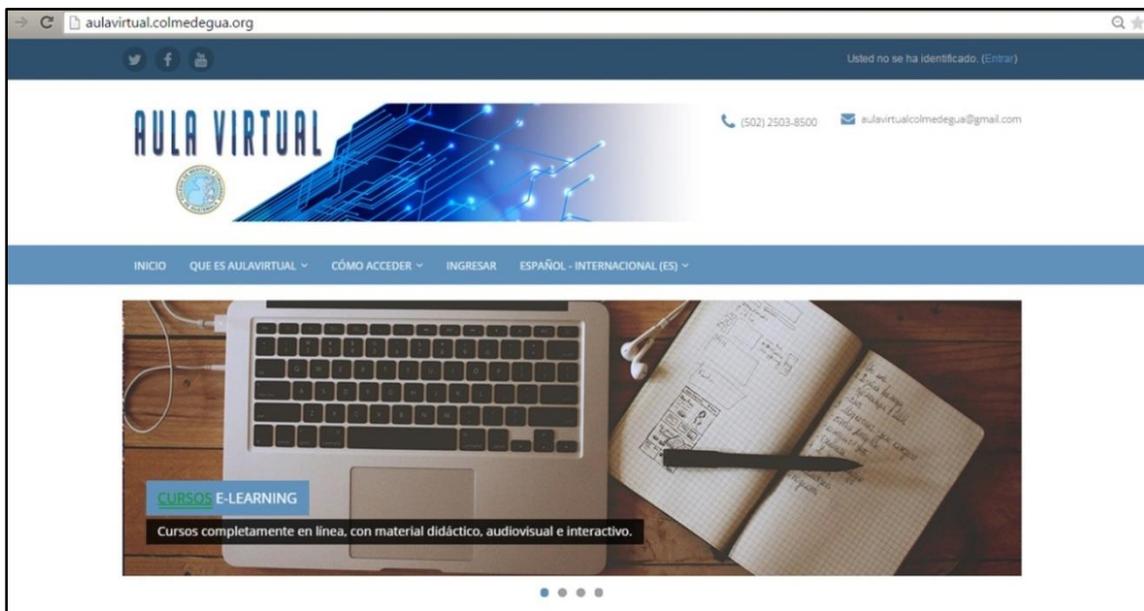
ANEXOS

FICHA DE ENTREVISTA:

Entrevistado:
Fecha:
Hora:
Objetivo: Conocer la situación comunicacional de colegio para con sus agremiados.

Resultados de la Entrevista:
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, se encarga de velar por el bienestar de sus agremiados, según decreto 72-2001 que contiene la Ley de Colegiación Profesional Obligatoria, el 21 de diciembre del año 2001.

Fuente: Creación propia.



Fuente: Plataforma Aula Virtual, Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

COLEGIO DE MEDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA

Formulario para registro de especialidades en el departamento de Cómputo

COLEGIO DE MEDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA
 OPERADO
 Fecha:

Número de Colegiado: 13419

Nombre: Lynda Kelly Patricia Ordóñez Juárez

Residencia: Barriada Reforma, Condominio Las Mercedes Casa # 3

No. de Teléfono: Zacapa 40786868 No. de Celular 40786868

Dirección de Clínica/Trabajo: Hospital Regional de Zacapa
 No. Teléfono: 79316565

Correo Electronico: Chiquitajury28@hotmail.com

Especialidad: Anestesiología

Realizada en: Hospital Roosevelt

En el periodo de: 2007-2010

Fecha: 6-1-2012

Fuente: Actualización para la base de datos del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

COLEGIO DE MEDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA

Formulario para registro de especialidades en el departamento de Cómputo

COLEGIO DE MEDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA
 OPERADO
 Fecha:

Número de Colegiado: 10812

Nombre: Rodrigo Alfredo Rosenberg Aprisco

Residencia: 40 ave 15-04 zona 5

No. de Teléfono: 23605556 No. de Celular A-1783948

Dirección de Clínica/Trabajo: 2 ave 7-11 zona 10
 No. Teléfono 23600684

Correo Electronico: rrossenberg@Intervaseleser.com

Especialidad: Médico Radiólogo / Radiología e Imágenes Diagnósticas

Realizada en: Guatemala, Hospital Roosevelt

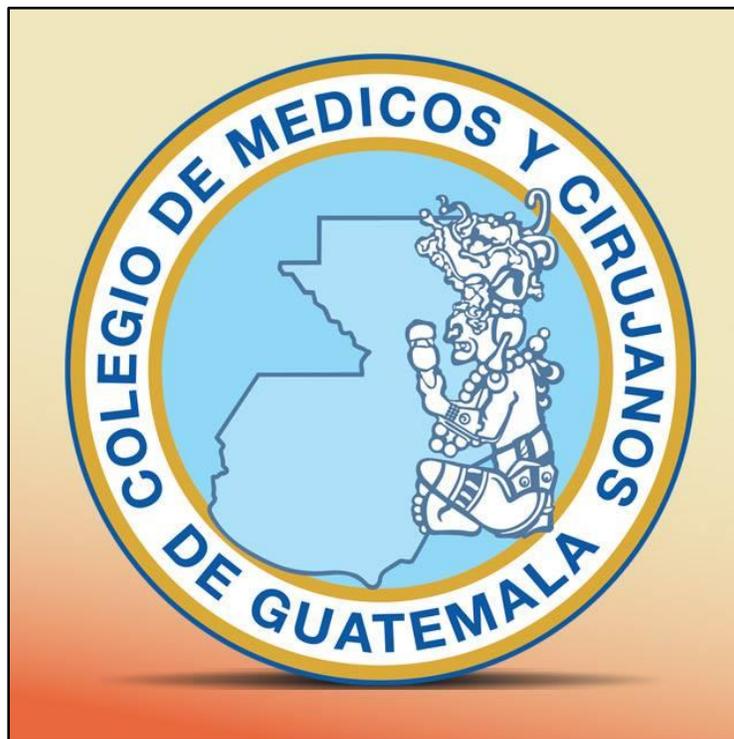
En el periodo de: 1977-2001

Fecha: 8/2/12

Fuente: Actualización para la base de datos del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala



Fuente: Portada Fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, febrero 2,015



Fuente: Portada Fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala, marzo 2,015




**Comisión de Educación Médica Continua
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala**

TIENE EL AGRADO DE INVITARLES A SU CONFERENCIA CIENTIFICA:

DEPRESION

DR. ALVARO ARGUETA FIGUEROA

04 HORAS CREDITO



Fecha: Miércoles 22 de Abril 2015
Inscripción: 06:30 pm
Conferencia: 07:00 pm
Lugar: Licdo. Julio Cesar Méndez Montenegro

WWW.COLMEDEGUA.ORG

Fuente: Invitación publicada en la fanpage oficial y página web del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para la Comisión de Educación Médica Continua, abril 2015.



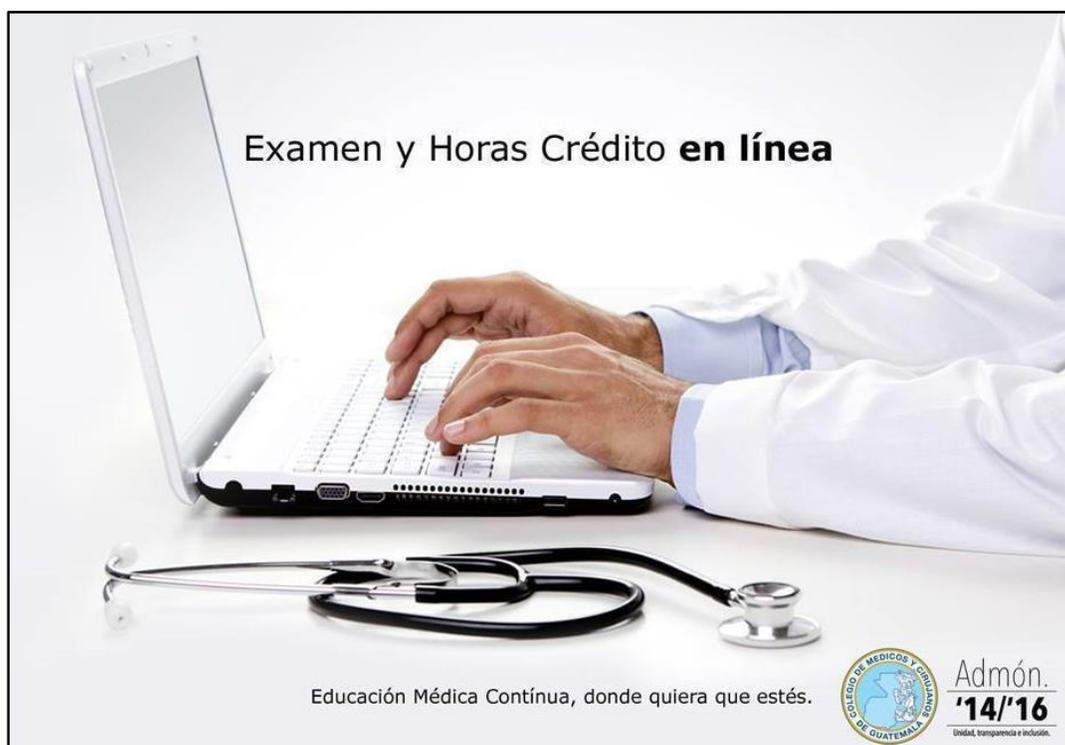
El Comité Organizador del
LVI Congreso Nacional de Medicina y
La Comisión de Arte y Cultura del
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

Tienen el agrado de invitarle a la
“**Velada Cultural del Médico Artista**”
El día 27 de noviembre de 2,014 de 19:00 a 24:00 en
el 4to. Nivel, Salón Copán, del Centro de
Convenciones del Hotel Grand Futura.

Guatemala, noviembre de 2,014



Fuente: Invitación publicada en la fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para el Congreso Anual de Medicina, noviembre 2014.



Fuente: Publicación de la fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para la Comisión de Educación Médica Continua, marzo 2015.

Calendario Transmisión Aula Virtual
Colegio de Médicos de Guatemala

aulavirtual.colmedegua.org

PreCongreso		Congreso Médico		
Lunes 24 noviembre	Martes 25 Noviembre	Miércoles 26 Noviembre	Jueves 27 Noviembre	Viernes 28 Noviembre
Salon: Julio Cesar Montenegro (9no nivel) Colegio de Profesionales Módulo: Inacif 7:00 a 13:00	Salon: Caminal Juyú (4no nivel) Tikal Futura Módulo: Investigación Clín 8:00 a 13:00	Salon 4: (Copán Tazumal, 4to nivel) Tikal Futura Módulo: Problemática social en Guatemala, Neumología y Cirugía de Torax 8:00 a 13:00	Salon 4: (Copán Tazumal, 4to nivel) Tikal Futura Módulo: Educación Médica, Participación decanos Facultad Medicina 8:00 a 13:00	Salon 2: (Caminal Juyú, 4to nivel) Tikal Futura Módulo: Cirugía General, Situación de Salud en el País 8:00 a 13:00
RECESO				
Salon: Itzaminá (6o nivel) Colegio de Profesionales Módulo: Inacif 14:00 a 16:00	Salon: Caminal Juyú (4no nivel) Tikal Futura Módulo: Investigación Clín 14:00 a 18:00	Salon 4: (Copán Tazumal, 4to nivel) Tikal Futura Módulo: Academia de epilepsia de Guatemala 14:00 a 18:00		

Fuente: Publicación de la fanpage oficial del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala para la Comisión de Educación Médica Continua en la plataforma de Aula Virtual para el Congreso Nacional Anal de Medicina, noviembre 2014.

ANEXOS 2

Propuesta para mejorar la manera de comunicar la información que la Junta Directiva del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala quiere brindarle a los agremiados.

Manual Corporativo



Guía de Color y Tipografía



➤ El logotipo del Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala establecido y aprobado por Junta Directiva, no debe cambiarse en color o forma; la única forma válida de cambio es por escala de grises.



- ESCALA GRICES -
Código: 373838

COLMEDEGUA
COLORES DE DISEÑO

			
- BLANCO -	- AQUA -	- CELESTE -	- AZUL -
Código: ffffff R: 255 G: 255 B: 255	Código: aef7ec R: 174 G: 247 B: 236	Código: 6fa8dc R: 111 G: 168 B: 220	Código: 142e58 R: 20 G: 46 B: 88
C: 00% M: 00% Y: 00% K: 00%	C: 48% M: 00% Y: 22% K: 00%	C: 74% M: 21% Y: 06% K: 00%	C: 98% M: 94% Y: 46% K: 16%

COLMEDEGUA
TIPOGRAFÍA EN TEXTOS

TITULAR (Títulos): (Franklin Gothic Heavy)

ENCABEZADOS (Sub-Títulos): (Franklin Gothic Book)

Texto Opción 1: (cuerpo del texto) (Cordia New)
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Texto Opción 2: (cuerpo del texto) (Gisha)
El Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Texto Afiches/ Publicaciones Web: (titular/cuerpo de texto) (Avenir Lt Std)
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala a sus agremiados informa...

Fuente: Creación propia, propuestas de Manual Corporativo para el Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala.



Fuente: Creación propia, perfil de la fanpage oficial.



Fuente: Creación propia, portada fanpage oficial.




COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA
COMISIÓN DE EDUCACIÓN MÉDICA CONTINUA

TEMA

DERMATOSIS FRECUENTE EN ADULTOS

[Dra. Edith Tobías]

Fecha: Miércoles 14 de octubre del 2015.
 Lugar: Salón "Julio César Méndez Montenegro"
 9o Nivel, Edificio Colegios Profesionales, zona 15
 Inscripción: 18:30 hrs.
 Conferencias: 19:00 hrs.

REQUISITO
4 HORAS CREDITO
 PRESENTAR DPI, CARNÉ, PASAPORTE

TRANSMISIÓN **EN VIVO**

aulavirtual.colmedegua.org
 TRANSMISIÓN ONLINE EN TIEMPO REAL

Imágenes con fines ilustrativos. Todos los derechos pertenecen a su autor.

Fuente: Creación propia, invitación ECM para publicar en fanpage oficial.



COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA
 CADA VEZ MÁS CERCA DE NUESTROS AGREMIADOS

ACTUALIZACIÓN DE DATOS
 ¿Ha cambiando su lugar de residencia y número telefónico?



Para servirle mejor, le solicitamos actualizar sus datos en el siguiente link

Fuente: Creación propia, actualización de datos a través de la página web de la entidad.



COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA

Se enorgullece en informarle al gremio médico y especialistas en la salud de ser el primer Colegio Profesional en Guatemala y Centro América en TRANSMITIR A TRAVÉS DE SU NUEVO CANAL DE TELEVISIÓN POR INTERNET EL:



XI CONGRESO DEPARTAMENTAL DEL PETÉN

17, 18 Y 19 DE SEPTIEMBRE

TRANSMISIÓN **EN VIVO**

www.aulavirtual.colmedegua.org
TRANSMISIÓN ONLINE EN TIEMPO REAL

Fuente: Creación propia, invitación al XI Congreso de Petén.



INGRESE A NUESTRO NUEVO CANAL DE TV POR INTERNET

aulavirtual.colmedegua.org
TRANSMISIÓN ONLINE EN TIEMPO REAL

EN VIVO

Para ver Conferencias, Charlas, Panel-Foro, Congresos y más.

Con una conexión a internet puede vernos en smartphones, tablets y computadoras.





Fuente: Creación propia, invitación a participar en la “nueva” plataforma de Aula Virtual.



Fuente: Creación propia, presentación de asistentes presenciales y virtuales de los panel foro de EMC.



Fuente: Creación propia, presentación de asistentes presenciales y virtuales de los panel foro de EMC.



DESGLOSE COLEGIATURA
Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala

Q. 145.00
CUOTA MENSUAL

Q. 105.00 Plan de Prestaciones

Q. 15.00 Impuesto Profesional
| Q. 7.50 Asamblea de Presidentes | Q. 7.50 Universidad de San Carlos |

Q. 25.00 Administración
| Q. 17.50 Cuota Ordinaria | Q. 5.00 Actividades de Comisiones |
| Q. 2.75 Congreso Nacional de Medicina |

| Q. 33.00 Pago Anual Del Congreso Nacional de Medicina |

Fuente: Creación propia, desglose pago colegiatura mensual de agremiados a la entidad.



EL COLEGIO DE MÉDICOS Y CIRUJANOS DE GUATEMALA
Extiende un cordial y fraternal saludo a nuestros colegas y amigos:

MÉDICOS
por la celebración del DÍA DEL MÉDICO (3 de diciembre)

¡GRACIAS COLEGAS POR SU ARDÚA Y EMPÁTICA LABOR, UNA FORMA DIFERENTE DE AMAR AL PRÓJIMO Y POR DEMOSTRAR PROFESIONALISMO AL DÍA CON DÍA, TRABAJAR A PESAR DE TANTAS DIFICULTADES, BRINDÁNDOSE A CADA PACIENTE CON ENTREGA Y COMPROMISO!

Fuente: Creación propia, conmemoración del Día Nacional del Médico.



XI CONGRESO DEPARTAMENTAL DEL PETÉN

17, 18 Y 19 DE SEPTIEMBRE

LV CONGRESO MESOAMERICANO
V CONGRESO REGIONAL

TRANSMISIÓN

EN VIVO

www.aulavirtual.colmedegua.org

Imágenes con fines ilustrativos. Todos los derechos pertenecen a su autor.

**ACREDITACIÓN DE HORAS DE EDUCACIÓN
MÉDICA CONTINUA POR ASISTENCIA EN LÍNEA**

TRANSMISIÓN ONLINE EN TIEMPO REAL

| Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala |

| www.colmedegua.org |

| 2503-8500 |

Fuente: Creación propia, propuesta de afiche para el Congreso Departamental del Petén.



I CONGRESO NACIONAL ANUAL DE CIENCIAS DE LA SALUD



LA SALUD EN LA REALIDAD NACIONAL



LVII CONGRESO NACIONAL DE MEDICINA

Ciudad de Guatemala | 18 al 20 de noviembre 2015
Centro de Convenciones Grand Tikal Futura Hotel

CURSILLOS PRE-CONGRESO
16 y 17 de noviembre

Edificio de Colegios Profesionales
0 calles 15-46 zona 15, Colonia El Maestro

Colegiados Activos
Estudiantes
Profesionales Afines

SIN COSTO
Q. 100.00
Q. 200.00

AVALADO POR LA COMISIÓN DE EDUCACIÓN MÉDICA CONTÍNUA



TRANSMISIÓN

EN VIVO

aulavirtual.colmedegua.org
TRANSMISIÓN ONLINE EN TIEMPO REAL

| Colegio de Médicos y Cirujanos de Guatemala |

| www.colmedegua.org |

| 2503-8500 |

Fuente: Creación propia, propuesta afiche del Congreso Nacional de Medicina 2015.