

**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua**

**UNAN-Managua**

**Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas**



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

**Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe  
Moncada” (POLISAL)**

**Autores:**

**Bra. Vania Vanessa Henrriquez Useda**

**Br. Oscar Josué Gutiérrez Araica**

**Tutora: MSc. Lesbia Bermúdez**

**Managua, Nicaragua 2019**



## **Dedicatoria Vania**

A mi familia, este esfuerzo es más de ustedes que mío.

### **Dedicatoria Oscar**

A mi mamá, quien todo me lo ha dado, su amor, su apoyo incondicional, sus consejos y sus cuidados, por no dejarme caer nunca, por su entendimiento y su sabiduría.

A mi hermana por estar siempre para mí, apoyarme incondicionalmente cada vez que acudí a ella y poner mis pies sobre la tierra en todo momento.

## **Agradecimientos Vania**

En primer lugar, a Dios por bendecirme a diario con el don de la vida y permitirme culminar con esta etapa de mi vida.

A mi familia por todo su apoyo e inspiración a ser una mejor persona, y a lo más valioso que tengo en la vida, a mi madre, gracias por tanto apoyo incondicional.

A mi compañero de monografía, gracias por tanta paciencia y darme ánimo a lo largo de este trabajo, sin tu apoyo esto no hubiese sido posible y a su familia por apoyarnos de la forma en que pudieron.

A nuestra tutora, profesora Lesbia Bermúdez, gracias por apoyarnos de principio a fin con este estudio, gracias por abrirnos las puertas de su casa, y darnos su confianza sin esperar nada a cambio.

Al director del POLISAL, Dr. Rocha, gracias por permitirnos aplicar nuestra investigación en la institución que dirige.

Y, por último, pero no menos importante, a cada una de las personas que ayudaron en la elaboración de este trabajo (personal docente, administrativo y alumnos del POLISAL).

## **Agradecimientos Oscar**

A Dios, primeramente, por brindarme el conocimiento, la fortaleza y la sabiduría para poder culminar mis estudios.

A mi mamá y a mi hermana, por absolutamente todo, sin ellas no fuese nada.

A mi pareja monográfica, por su apoyo, dedicación y empeño para lograr la terminación del presente trabajo; no hubiese sido posible sin ella.

A Juan José López que, a lo largo de los años, más que ser un compañero de clases, demostró ser un amigo.

A nuestra tutora, Lesbia Bermúdez, por confiar en nosotros desde el primer instante, por recibirnos en su casa y por todo el apoyo brindado para llevar a cabo el presente trabajo.

Al Dr. Rocha y a todo el personal que labora en el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL).

Y a todos aquellos que colaboraron de una u otra forma para la realización de este trabajo.

Muchas gracias.

Índice	Páginas
Dedicatoria Vania-----	i
Dedicatoria Oscar-----	ii
Agradecimientos Vania-----	iii
Agradecimientos Oscar-----	iv
Tema general-----	vii
Tema específico-----	vii
<b>Capítulo I-----</b>	<b>1</b>
Resumen-----	1
Introducción-----	2
Contexto-----	3
Tipos de entorno-----	5
Planteamiento del problema-----	7
Antecedentes-----	11
Justificación-----	16
Objetivo general-----	17
Objetivos específicos-----	17
<b>Capítulo II-----</b>	<b>18</b>
MARCO TEÓRICO-----	18
1.Comunicación-----	18
1.1 ¿Qué es comunicación? -----	18
1.2 Función de la comunicación-----	19
1.3 Comunicación interna-----	20
1.3.1 Política de comunicación interna-----	21
1.3.2 Canales de comunicación-----	22
1.3.2.1 Plataformas digitales y redes sociales-----	22
1.3.2.2 Flujos comunicacionales-----	23
1.3.2.3 Formas de comunicación-----	24
1.3.3 Comunicación interpersonal-----	24
1.4 Comunicación externa-----	25
1.4.1 Política de comunicación externa-----	26
1.4.1.1 Plan de comunicación de crisis-----	27
1.4.2 Extensión universitaria-----	27
1.4.2.1 Convenios-----	29
1.4.3 ¿Qué es imagen? -----	29
1.4.4 Imagen institucional-----	30
1.5 Comunicación institucional-----	31
1.5.1 Importancia de la comunicación institucional-----	31
2.Diagnóstico de comunicación-----	32
3.Estrategia de comunicación-----	34
3.1 ¿Qué es estrategia? -----	34
4.Planificación estratégica-----	34
<b>Capítulo III-----</b>	<b>36</b>
Diagnóstico de comunicación-----	36

Diseño metodológico-----	36
a. Metodología-----	36
b. Sujetos-----	36
c. Instrumentos-----	39
Preguntas directrices-----	43
Presentación de resultados de diagnóstico-----	44
a. Encuestas-----	44
b. Entrevistas-----	74
c. Análisis de medios-----	87
Aspectos concluyentes del diagnóstico-----	88
Análisis situacional FODA-----	90
<b>Capítulo IV-----</b>	<b>92</b>
Plan de comunicación organizacional-----	92
Objetivos del plan de comunicación-----	92
General-----	92
Específicos-----	92
Desarrollo del plan de comunicación-----	93
a. Estrategias-----	94
b. Tácticas-----	94
c. Metas-----	99
d. Presupuesto-----	101
e. Cronograma-----	102
f. Evaluación-----	105
Validación del plan con el experto-----	107
<b>Capítulo V-----</b>	<b>108</b>
Referencias bibliográficas-----	108
<b>Capítulo VI</b>	
Anexos	

## **Tema General**

Planificación de la Comunicación

## **Tema Específico**

Estrategia de Comunicación interna y externa en el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL) de la UNAN-Managua, en el I semestre de 2019

## **Capítulo I**

### **Resumen**

El presente trabajo investigativo se realizó en el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL), el cual es un órgano interno y adscrito a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, UNAN-Managua, por ende, éste se rige bajo las normas y políticas de la universidad. Sin embargo, es importante mencionar que el instituto mismo no cuenta con políticas de comunicación propias por lo que, en este estudio, se proponen algunas estrategias de comunicación que ayuden y mejoren a dicha institución a comunicarse eficazmente a través de los canales formales haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Para llevar a cabo esta labor, se realizaron encuestas a la comunidad universitaria (10% de estudiantes matriculados en las 4 carreras con mayor demanda, las cuales son Fisioterapia, Bioanálisis Clínico, Enfermería Materno Infantil y Enfermería en Salud Pública), al 10% del personal docente y administrativo que labora en el POLISAL y entrevistas a su directivo y encargado de comunicación, de tal forma, que mostraran la situación comunicacional actual del instituto. Una vez diagnosticada, se procedió a analizar los resultados y redactar las conclusiones.

Dichos resultados demuestran que el POLISAL no cuenta con políticas propias de comunicación interna y externa, los estudiantes, personal docente y administrativo no cumple con las normas puesto que no existen, su principal canal de comunicación son las plataformas digitales y redes sociales, el instituto sí cuenta con convenios a nivel nacional e internacional, entre otros. Por lo tanto, las estrategias recomendadas son:

- Proponer una política de comunicación interna y externa.
- Optimizar el uso de los canales de comunicación adecuados para la comunidad universitaria y la comunidad internacional.
- Promover momentos comunicacionales que generen confianza entre el personal docente y administrativo para estimular la comunicación interpersonal.

## **Introducción**

El presente documento se refiere al tema de la comunicación interna y externa del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL). La comunicación interna puede entenderse como aquella que está dirigida y que mantiene a los trabajadores del instituto en un intercambio constante de información. Asimismo, son todas las actividades que son realizadas en una institución, de tal forma, que éstas ayuden a cumplir con sus objetivos y se mantengan buenas relaciones dentro de la misma. Por otro lado, la comunicación externa, es aquella que busca entablar una buena relación entre la institución y su público externo a través de los mensajes que ésta emite.

Este trabajo se realizó con el interés de conocer la situación comunicacional del instituto y que, a partir de ésta, se pudiesen crear estrategias de comunicación internas y externas, las cuales beneficiarían en gran manera la forma en cómo se daba la comunicación tanto dentro como fuera del ente. Una vez estudiada la situación del POLISAL, se procedió a proponer estrategias que fuesen acorde a las debilidades encontradas, de tal manera, que éstas dejaran de serlo y fuesen fortalezas y que las fortalezas mejoraran a medida que pasara el tiempo, siempre de la mano con las estrategias. Los componentes que se abordaron, en dicha propuesta, fueron la política de comunicación interna y externa, los canales de comunicación y la comunicación interpersonal.

El tipo de instrumento que se utilizó fue mixto porque se realizaron encuestas a la comunidad universitaria y entrevistas al director del instituto y encargado de comunicación y divulgación, así como un análisis de medios. Tanto las entrevistas como las encuestas iban basadas en los 6 componentes que sirven como base en este estudio: Política de Comunicación Interna, Canales de Comunicación, Comunicación Interpersonal, Política de Comunicación Externa, Extensión e Imagen. Las carreras que se analizaron fueron Bioanálisis Clínico, Enfermería en Materno Infantil, Enfermería en Salud Pública y Fisioterapia porque son las que tienen mayor cantidad de alumnos matriculados. Se utilizó el muestreo por conveniencia, conocido también como no probabilístico, debido al tiempo con el que se contaba para realizar dicho trabajo. Cabe mencionar que, a pesar de que la muestra fue por conveniencia, aun así, se presentaron algunos inconvenientes, como la coordinación para aplicar

encuestas solamente a III año de las cuatro carreras que se estudiaron, debido a que los otros no se encontraban en la universidad al momento de aplicar la encuesta, por lo tanto, se decidió proceder solamente, con III año de Enfermería en Materno Infantil, a las tres carreras restantes (Bioanálisis Clínico, Fisioterapia y Enfermería en Salud Pública) se les aplicó en IV año. Asimismo, la entrevista externa con la directora del Hospital Manolo Morales no pudo efectuarse, pues no se contó con la autorización requerida por la dirección del hospital y emitida por el SILAIS-Managua, a pesar de que se realizó la petición de dicha autorización mediante una carta.

Algunos resultados del diagnóstico fueron que el POLISAL no cuenta con normas de comunicación interna propias; su principal canal son las plataformas digitales y redes sociales; sí hacen uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen; entre otros.

## **Contexto**

### **Historia y evolución del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL)**

El Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL), inicia sus labores de formación de recursos humanos el 5 de noviembre de 1979, cuatro meses después del triunfo de la Revolución Popular Sandinista, la Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional, a partir de ese año, impulsó una nueva política de salud para todos. Lo que requería de la formación de recursos humanos con un nivel básico que diera respuestas a las necesidades de salud en la posguerra. Este nivel de formación contemplaba carreras de salud en las que ingresaban estudiantes con nivel de educación primaria, los que recibían un año de formación académica para obtener el diploma de Auxiliar en Salud. Entre 1979 y 1981, el centro estuvo funcionando en el edificio del kínder del Colegio Calasanz, frente al parque el Carmen en la ciudad de Managua.

El POLISAL inicia formando recursos con las carreras de: Auxiliar de Dietética, Postbásico en Anestesia, Auxiliar de Enfermería, Auxiliar de Laboratorio Clínico, Auxiliar de Rayos “X”, Trabajador Sanitario, Auxiliar de Registros Médicos y Estadísticas, Asistente Dental, Curso Brigadista de Salud, realizando la primera promoción en mayo de 1980, en el auditorio del Colegio Centroamérica, donde se gradúan 267 recursos que dieron respuesta inmediata a la necesidad del momento.

El nivel de auxiliar se impartió desde el año 1979 a 1986, año en que esta formación pasó a los Hospitales del Sistema único de Salud con sede en León y Managua.

El Ministerio de Salud (MINSA) orienta el trabajo del centro al local del Antiguo Colegio Francés, propiedad de las Monjas Oblatas del Corazón de Jesús, firmando un convenio de arrendamiento del edificio con esta congregación, en ese local se ejerció la labor docente educativa desde 1981 hasta 1999.

Para 1980 a 1982, se incrementó el nivel de ingreso al tercer año de secundaria, los estudiantes cursaban dos años de estudio para graduarse con nivel de Técnico Medio en Enfermería, Enfermera Obstetra, Enfermera Anestésista, Laboratorio Clínico, Fisioterapia, Registros Médicos y Estadísticas.

Con el desarrollo de las Ciencias Médicas en América Latina los centros de formación de recursos humanos dan un salto cualitativo, lo que motiva a elevar el nivel de formación a Técnicos Superiores en salud, con el objetivo de responder a la necesidad de atención de la población en los servicios del Sistema Único de Salud, en atención primaria y secundaria, tanto en el campo preventivo curativo y de rehabilitación.

En 1982 se inicia en el Instituto Politécnico de la Salud la formación de recursos humanos a nivel Técnico Superior, siendo rectoreado metodológicamente por el Consejo Nacional de la Educación Superior (CNES), quedando el nivel medio en transición mientras se desarrollaba el proceso de Transformación Curricular.

Todo esto conllevó a establecer mecanismos de coordinación entre el MINSA y el CNES, para preparar los recursos docentes en el dominio y manejo de la elaboración de los nuevos currículos de las carreras que impartiría el POLISAL. Se divulga a nivel nacional la primera convocatoria de matrícula que realiza el Instituto Politécnico de la Salud a través de normativas del CNES; del 8 al 17 de noviembre del año 1982, en las carreras de Enfermería Profesional, Fisioterapia, Laboratorio Clínico, Estadísticas y Registros Médicos.

Durante este período el Centro desarrolló la labor académica con las orientaciones metodológicas del CNES, tanto en el trabajo realizado en el área docente metodológica como en el campo de la investigación, consolidándose y destacándose en su desempeño como Centro de Educación Superior.

En la década de los años 80, las condiciones difíciles, tanto social como económicamente no fueron obstáculos para el desarrollo de las actividades académicas, sino el motor que impulsaba a la comunidad educativa del POLISAL a realizar su trabajo con ahínco y a la vez participar activamente en otras tareas que el país demandaba, entre las que se destacan las movilizaciones a trabajos de producción como cortes de café y algodón, Jornadas Populares de Salud, tareas en pro de la defensa y apoyo en desastres naturales como el huracán Johan entre otras, sin descuidar la labor docente. Participación en las Jornadas Universitarias de Desarrollo Científico, JUDC desde 1983 hasta 1990, acumulando en este periodo más de 100 investigaciones.

Se brindaron asesorías a las carreras Enfermería Profesional de todo el país, Enfermería Materno Infantil, Laboratorio Clínico, Alimentación Institucional. Como producto de esta asesoría se logró mejorar la forma de organización en la enseñanza práctica en los laboratorios, para lo cual se remodelaron físicamente y se elaboraron Manuales Didácticos para la enseñanza, se capacitó al personal docente en su dominio, en aspectos relacionados con la planificación docente e instrucción en manejo de equipo especializados.

Con el tiempo, la prioridad de la formación de los recursos humanos para el MINSA y poniendo más énfasis en la educación continua a trabajadores del sistema único de salud y a la educación sanitaria de la población. Teniendo el centro una doble subordinación, al MINSA que aportaba el financiamiento que no satisfacía las necesidades como compras de libros, revistas, reactivos para los laboratorios docentes, material de reposición periódica, así como los montos de las becas asignadas a los estudiantes era muy poco y el CNES como órgano asesor metodológico.

### **Tipos de entorno**

**Entorno Jurídico:** El 23 de marzo de 1990, se gestiona, presenta, y fundamenta ante la Asamblea Nacional, la adscripción del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” a la UNAN-Managua. Esta es de conformidad con los artículos 46,47 y 48 de la Ley 103, que reforma la Ley de Autonomía de las Instituciones de la Educación Superior, en la Gaceta Diario Oficial N° 107 del 5 de junio de 1990.

La Ley 89, es el marco legal que permitió la estabilidad de la institución durante los 16 años de gobiernos neoliberales, manteniendo la formación de profesionales de la salud con el aporte estatal del 6% y no se puede restar el mérito de la lucha de toda la comunidad universitaria del POLISAL en pro de la defensa de este derecho constitucional.

**Entorno Económico:** En cuanto al entorno económico del POLISAL, la universidad les asigna un presupuesto por parte del 6% constitucional, pero también, el instituto realiza proyectos e investigaciones de autofinanciamiento, como diplomados y maestrías, debido que estos le generan un ingreso, para la compra de equipos.

**Entorno Institucional:** El POLISAL se rige bajo las normas y políticas de la UNAN-Managua porque el instituto es un órgano interno de la universidad, por ende, esta asume el pago de todas las nóminas del personal docente y personal administrativo.

**Entorno Tecnológico:** El instituto cuenta con computadoras, microscopios, datashows, y aparatos especializados en cada área de las que aborda el POLISAL.

**Entorno Social:** En el POLSAL se ofrecen diversos servicios de fisioterapia, laboratorio, biología molecular de laboratorio para anemia y leucemia, atención a la clínica de la mujer, charlas nutricionales etc. Todo esto, a la población con precios módicos.

## **Planteamiento del problema**

En su segunda edición, el Latin American Communication Monitor (LCM) 2016-2017 ha logrado una participación de 2.295 profesionales de gestión de comunicación y relaciones públicas y un análisis final de 914 casos de 17 países. Se consolida así, como el mayor estudio sobre la profesión en Latinoamérica. Junto con el European Communication Monitor y el Asia-Pacific Communication Monitor, los monitores encuestan a más de 4.500 profesionales en cada edición en más de 80 países y poseen ya un corpus de datos longitudinales de más de 25.000 profesionales.

A nivel regional, el LCM 2016-2017 o Monitor de Comunicación Latinoamericano 2016-2017, citando a Baptista, Wilson, Galliers & Bynghall. (2016), “la comunicación estratégica busca adoptar un enfoque aperturista hacia el potencial que brindan las redes sociales, que a su vez han abierto las puertas a formas más colectivistas de estrategia organizacional”. Esto basado en que, para los profesionales de la comunicación latinoamericanos, los canales e instrumentos más importantes son los social media (83%). Mientras que los europeos valoran en mayor medida la comunicación online vía web, emails e intranets y los profesionales en Asia-Pacífico todavía conceden una gran relevancia a los medios de comunicación impresos. De tal manera, que en Latinoamérica la forma y los medios comunicacionales mediante los cuales se transmiten los mensajes de organizaciones, instituciones, empresas y otras entidades están en un momento de cambio y adaptación constante. Ya no solo deben preocuparse por comunicar algo una vez cada cierto tiempo, la actualización que debe recibir el público ha de ser perseverante y ha de venir de menos a más. En los tres años próximos luego de la publicación del estudio, se calculó que habría un incremento del 20% en sitios web para celulares, dando paso, una vez más, a la importancia que existe hoy día en conocer cómo dirigir los mensajes a los clientes y colaboradores y cómo conseguir una comunicación institucional adecuada a través de las nuevas tecnologías.

Por otro lado, existe también un estudio de estrategias de comunicación institucional en organizaciones agroindustriales, tal es el caso de la União da Industria de Cana-de-Açúcar (UNICA), la cual en 13 años se ha convertido en una institución de referencia para el agronegocio brasileiro y que representa los intereses del sector sucroenergético, generador de 1,5% del PIB nacional y 4,29 millones de empleos

(Neves, Trombin y Consoli, 2009), menciona que con el objetivo de expandirse ha recurrido al uso de múltiples herramientas y productos comunicacionales.

Claramente, en el estudio puede apreciarse que la UNICA está muy bien estructurada y tiene clara su misión, pues a través de sus estrategias implementa modelos sustentables entre sus miembros, fomenta la competitividad en un ambiente de libre mercado, lidera las negociaciones para eliminar barreras comerciales, entre otras cosas.

Es importante mencionar que la UNICA cuenta con una Dirección de Comunicación Corporativa, responsable de la difusión y fortalecimiento del trabajo institucional. Asimismo, ha creado una estrategia global que consiste en mantener relaciones internacionales para divulgar las cualidades del etanol a partir de la caña de azúcar, buscando de esta manera, fortalecer la imagen del etanol brasilero mediante los gobiernos, medios de comunicación, etc.

El buen trabajo realizado en RR. PP por parte de la UNICA, al tener de su lado a decisores y consumidores extranjeros, le ha valido el deslinde de responsabilidades respecto al aumento de la deforestación y ha sido capaz de realizar fuertes campañas informativas.

No está de más decir que la elaboración de campañas y el uso de productos comunicacionales tales como videos, cartillas, anuncios, entre otros son parte fundamental del éxito de una comunicación institucional bien definida. Entre más claro se transmitan los mensajes dentro de un instituto, más claros y fáciles de comprender serán para el público.

En relación con el ámbito nacional, se encontró la existencia de una Dirección de Comunicación Institucional en la Universidad Centroamericana (UCA), la cual es descrita en estudio de autoevaluación institucional 2013 como:

La instancia responsable de planificar, coordinar y ejecutar las acciones de comunicación interna y externa de la UCA, fortalecer su imagen e identidad corporativas y promover su oferta académica y sus servicios Fue creada en 2006, adscrita a la Secretaría General y organizada en tres áreas: Relaciones Públicas, Prensa y Protocolo; Mercadeo y Publicidad; y Coordinación y Desarrollo Web, Redes Sociales e Intranet. La DCI tiene como visión

consolidarse como la instancia especializada en la producción y divulgación de información sobre la UCA, para coadyuvar al cumplimiento de su visión y visión y a su posicionamiento como una importante institución académica promotora del desarrollo humano sostenible.

Existencia y aplicación de medidas que aseguren la racionalidad en la utilización de las comunicaciones. Con respecto a utilización racional de los recursos tecnológicos para la comunicación institucional externa e interna, en la UCA existe un Comité de Tecnologías de la Información y Comunicación (Comité TIC), que establece las normativas para su uso por la comunidad universitaria.

Todos los estudios anteriormente planteados ejemplifican las fortalezas que poseen las empresas, organizaciones, instituciones y otras entidades al aplicar estrategias de comunicación interna y externa diariamente, también al crear una dirección encargada de la comunicación institucional. El resultado son las buenas relaciones públicas, el reconocimiento a nivel municipal, departamental y hasta regional, el éxito de una campaña publicitaria, una misión y visión clara del instituto, la conexión con el público y la confianza que se crea con el mismo, el respeto de los flujos comunicacionales y las instancias formales de la institución, la creación y entendimiento de productos comunicacionales tales como notas de prensa, conferencias, audiovisuales, boletines, revistas y mucho más.

La información ya planteada abre los siguientes cuestionamientos para el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL):

- ¿Está el POLISAL capacitado para transmitir mensajes tanto dentro como fuera del mismo haciendo un buen uso de las instancias formales?
- ¿Actualmente se está haciendo un uso correcto de las nuevas tecnologías de la comunicación para dar a conocer la imagen del POLISAL?
- ¿Se está haciendo uso de los medios sociales para comunicarse entre jefes de departamentos dentro del POLISAL?
- ¿El Departamento de Enfermería Materno Infantil está tomando en cuenta las redes sociales para dar a conocer las actividades próximas a realizarse en el instituto?

- ¿El encargado de comunicación hace uso correcto de las nuevas tecnologías de la comunicación para cubrir eventos del POLISAL o solamente medios tradicionales?
- ¿Cómo hace el encargado del área de comunicación para crear una conexión positiva entre la imagen y el público externo del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL)?
- ¿El director del POLISAL respeta los flujos comunicacionales y las formas de comunicación al transmitir un mensaje?
- ¿Existe en el POLISAL una política de comunicación interna y externa que regule los canales y medios mediante los cuales se transmite información?
- ¿Qué instancias dominan en el POLISAL? ¿Las formales? ¿Las informales?
- ¿Los trabajadores del instituto tienen conocimiento de los convenios que administra el POLISAL?

La formulación del planteamiento del problema es:

¿Cómo afecta la manera en que el POLISAL utiliza las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para comunicarse tanto interna como externamente respetando las políticas de comunicación interna y externa, colaborar con las entidades con las que tiene convenios, brindar atención al público y divulgar su imagen?

## **Antecedentes**

### **Nacionales**

1. Estrategia de comunicación dirigida a la Secretaría General de la UNAN-Managua en el periodo de noviembre del año 2013 a Julio del año 2014 escrito por Rebeca Judith Silva Zamora, Managua, Nicaragua, 2014.

Este trabajo monográfico tiene el objetivo de crear una estrategia de comunicación interna, externa e interinstitucional que contribuyese al mejoramiento de los procesos comunicacionales de la Secretaría General.

En sus **conclusiones** explica:

- La Secretaría General es una instancia superior fundamental en el desarrollo y trabajo de la universidad, siendo la responsable de la comunicación oficial de la institución, de igual forma coordinando el trabajo de las Secretarías de las Facultades, del trabajo de la Dirección de Relaciones Públicas y Divulgación, la garante del cuidado y custodia de documentos de suma importancia como las actas y acuerdos con el Consejo Universitario, libros de toma de posición y elección de autoridades, etc., en este sentido, se puede constatar de las múltiples funciones de esta instancia en nuestra Alma-Máter para poder garantizar de manera efectiva los trámites administrativos dirigidos al personal docente, estudiantes y otras áreas de la universidad.
- Se considera necesario y fundamental para la realización de esta investigación, hacer un estudio en las áreas que trabajan bajo la Dirección de Secretaría General y que son prácticamente las encargadas de velar por la imagen de la universidad, en este caso, se hace referencia a la instancia de relaciones públicas de la UNAN-Managua, cuyas funciones están relacionadas precisamente en mantener relaciones internacionales, protocolo y el área de cooperación con universidades nacionales e internacionales y velar por la buena marcha de todos los procesos protocolarios.

- Por otro lado, Divulgación y prensa es elemental puesto es la que se encarga de divulgar cada uno de los acontecimientos a realizarse en la institución y es la que atiende la publicidad, prensa, la atención a periodistas, el manejo de la información periodística y el contacto y atención con los medios de comunicación.
- En estas dos instancias fundamentales para la universidad se encontraron fortalezas y debilidades, por lo cual se realizó una estrategia de comunicación institucional para el área de Relaciones Públicas, la cual aportará a la universidad grandes beneficios y permitirá un mayor desarrollo y enfoque de la imagen a nivel externo.
- Con este trabajo se hace énfasis de la responsabilidad adquirida por los encargados de cada una de estas áreas que son parte primordial para el cuidado y fortalecimiento de la imagen de la universidad, de igual forma de la comunicación oficial de la institución.
- Las autoridades que son delegadas al cumplimiento y ejecución de estas estrategias son: maestro Jaime López, Secretario General; Dr. Charles Wallace Boudier, Director de Relaciones Públicas, Lic. María López Cerpas, encargada de Divulgación y prensa, son los mandos encargados en asumir la ejecución y aplicación de esta estrategia comunicacional que viene a fortalecer las bases funcionales de la institución y que será de beneficio para la universidad.

2. Estrategia de Comunicación para el Preescolar Arlen Siu, realizado por Ana Guadalupe Padilla Sánchez, Managua, Nicaragua, 2014.

El objetivo principal de este trabajo monográfico es:

- Elaborar una propuesta comunicacional externa, interna e interinstitucional para el preescolar Arlen Siu donde se pueda fortalecer los canales de comunicación y la proyección universitaria de éste.

En el que concluyeron:

- En la primera instancia se ve la clara debilidad en asuntos comunicacionales a nivel interno, externo e interinstitucional de la institución.
- Se detectó algunos puntos que deben fortalecerse dentro de la comunicación interna, entre las cuales destaca el hecho de que existe desinformación en cuanto a las actividades y derechos de los trabajadores.
- Se pudo constatar que no posee una misión, visión, ni valores, ya que ellos piensan directamente que se deben regir únicamente al de la universidad como institución.
- Se destacó el poco trabajo que se tiene con el Ministerio de Educación, la poca comunicación en cuanto a este asunto ya que ven un asunto muy alejado las relaciones con esta institución.
- Los padres de familia en este caso juegan un papel fundamental, pero en un porcentaje leve se destaca el poco interés de algunos padres de familia en cuanto a la educación de sus hijos, pero es vital plantearlo porque de esto depende mucho la calidad de la educación y la seguridad de los pequeños.
- Se observó claramente que los trabajadores del centro no tienen una comunicación constante porque en muchas ocasiones manejan diferente información.

3. Estrategia de Comunicación Institucional para el Ministerio Agropecuario y Forestal (MAGFOR), hecha por Dulce María Rostrán, Managua, Nicaragua.

Este trabajo tiene como objetivo elaborar una Estrategia de Comunicación Institucional para el Ministerio Agropecuario y Forestal a fin de fortalecer la gestión comunicacional de la institución.

En el que concluyeron:

- La principal fortaleza de Ministerio Agropecuario y Forestal es que fomenta la comunicación entre los públicos internos, interdepartamentales y externo.
- La mayor parte de los productores encuestados tienen comunicación con los funcionarios del MAGFOR.
- Hay participación de pequeños, medianos y grandes productores en la toma de decisiones.
- El MAGFOR mantiene comunicación con el sector ganadero para consensuar temas de la ganadería, estrategias que impulsen el sector.
- Se coordinan las actividades con el Ministerio de la Economía Familiar, Cooperativa y Asociativa (MEFCA) y el Instituto de Tecnología Agropecuaria (INTA).
- El área encargada de la Comunicación en el MAGFOR convoca a los medios de comunicación para la cobertura de actividades y conferencias de prensa.
- Tanto en el personal interno, interdepartamental y público externo utiliza los tres medios de comunicación.

4. Diagnóstico de comunicación interna y externa de la UNEN en el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL), durante el II semestre del año 2017, elaborado por Josué González Téllez y Roger Arce Monjarrez, Managua, Nicaragua, 2017.

Este trabajo tiene como **principal objetivo**:

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna y externa de la UNEN en el Instituto Politécnico de la Salud, “Luis Felipe Moncada” (POLISAL) durante el II semestre del año 2017.

### **Conclusiones:**

- **Comunicación externa:**

En cuanto a la comunicación externa de la UNEN- POLISAL se puede denotar que no está en una mala ubicación con respecto a lo que se trata de divulgación. Además, han sabido divulgar sus actividades a través de la comunicación hablada. Sin embargo, el movimiento necesita una estrategia para proyectarse a su público meta, y sobre todo una mejor organización y coordinación.

- **Comunicación interna:**

La UNEN-POLISAL debe de tener un área de comunicación interna donde se pueda centrar toda la interacción que el estudiante merece, de entendimiento recíproco en la que se necesita utilizar todos los tipos de comunicación existentes, en la que haga funcionar de manera productiva, y que deba tener como principio una visión centrada meramente con los estudiantes.

Todos estos antecedentes sirven de apoyo para el presente trabajo, de manera que complementen la labor antes realizada y que está próxima a realizarse, pues contienen información y datos importantes que deben de tomarse en cuenta al momento de realizarse un diagnóstico de comunicación.

## **Justificación**

Para que una institución pueda funcionar correctamente, este debe de conocer su situación comunicacional, es por esto por lo que se considera muy adecuado y necesario el tema monográfico de “Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud” (POLISAL), puesto que, por medio de este, se mejorará y actualizará la comunicación institucional.

Por otro lado, esta investigación cuenta con la información de autores tales como Martínez y Nosnik, Cornelissen, y el Dr. Capriotti, quienes enriquecen las teorías de la comunicación empleadas en este trabajo. También, se debe recalcar que este estudio cuenta como base a Paola Portilla, dado que ella realizó una investigación bien estructurada, clara y sencilla de cómo plantear una estrategia.

Ahora bien, en cuanto a metodología se realizarán encuestas dirigidas al personal docente, administrativo y a los estudiantes de Bioanálisis, Enfermería en Materno Infantil, Enfermería en Salud Pública y Fisioterapia, debido que son las carreras más demandadas. Otro instrumento será la entrevista dirigida al director del instituto; dichos instrumentos reflejarán un diagnóstico comunicacional y, de esta forma, se crearán las estrategias adecuadas.

Con esta investigación se dejará un gran aporte en el POLISAL, dado que se mejorarán las instancias comunicacionales, tanto en lo interno como en lo externo, puesto que la universidad tendrá un estudio de estrategia comunicacional en el instituto. Asimismo, a nivel regional será un punto de referencia en cuanto a comunicación institucional, sin obviar que a nivel general será un antecedente de investigación para las futuras generaciones de comunicadores que quieran abordar el tema de comunicación estratégica. Por último, pero no menos importante, es un requisito académico para la obtención de la licenciatura en Comunicación para el Desarrollo. En esta investigación se dejará planteado el tema de comunicación institucional, como un pilar con el que toda institución debe cumplir y tener en cuenta al momento de la toma de decisiones de desarrollo, fortalecimiento institucional y proyección universitaria.

## **Objetivo general**

Crear una estrategia de comunicación interna y externa que promueva de forma efectiva el uso de las instancias formales y la imagen del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL) de la UNAN-Managua, en el I semestre de 2019.

## **Objetivos específicos**

1. Indagar sobre la existencia de políticas internas que favorezcan el buen uso de las instancias formales y el flujo comunicacional de la comunidad educativa para que los mensajes sean transmitidos de forma clara y precisa en el POLISAL.
2. Optimizar el uso de los canales de comunicación manejados por la comunidad universitaria en el día a día para que la información llegue a todos por igual.
3. Identificar los medios de comunicación interpersonal que se presentan en el POLISAL con el propósito de su aplicación a nivel interno entre la comunidad universitaria.
4. Descubrir si existen políticas externas que promuevan una imagen institucional que posicione al POLISAL como un referente nacional e internacional en el área de salud pública.
5. Revelar la importancia de los convenios que posee y servicios que brinda el POLISAL como parte de su extensión universitaria.
6. Determinar la proyección de la imagen institucional del POLISAL a nivel universitario, nacional y regional.

## **Capítulo II**

### **Marco Teórico**

#### **1. Comunicación**

##### **1.1 ¿Qué es comunicación?**

Existen muchos conceptos que corresponden a la palabra “Comunicación” y esto es porque los seres humanos la utilizan en varios ámbitos. La comunicación se define como la “acción y efecto de comunicar o comunicarse”. También la define como la “transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor”. (Real Academia Española, 2018).

Es el proceso en el cual un emisor transmite un mensaje a un receptor mediante un código y que sostiene un objetivo.

Los seres humanos son sociables, está en su naturaleza, y la interacción que puede llegar a tener uno con otro es la ocasionante tanto como de las cosas buenas como de las cosas malas que pasan en el mundo; son los resultados de una buena o mala comunicación. Las decisiones que se toman.

“Existen dos tipos de comunicación: la verbal y la no verbal”. (Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid, 2012)

La verbal tiene dos formas de expresarse: la escrita y la oral. En la escrita se hace el uso de signos, caracteres, símbolos, siglas, etc., mientras que en la oral se utilizan los sonidos, los gritos, el habla, el idioma que la persona conoce.

La comunicación no verbal es aquella en la se ocupa el cuerpo para realizar gestos, movimientos corporales y hasta el uso de imágenes que permitan a la persona comunicarse con otra.

De más está decir que ambas son importantes porque de una manera u otra permiten a un individuo compartir sus ideas y pensamientos de tal forma que se pueda comunicar con otra persona.

## **1.2 Función de la comunicación**

(Hernández Á. , 2014, págs. 4,5) se refiere a los siguientes propósitos de la comunicación como funciones:

### **a. Informar (Función representativa)**

Utiliza la función representativa del lenguaje, ya que con él se intenta explicar algún suceso o término, describir relaciones entre conceptos o bien instruir sobre algún proceso o conocimiento.

Algunos tipos de comunicación oral que se consideran informativos son: **instrucciones, informes, demostraciones, explicaciones sobre fundamentos de máquinas, etc.**

La función principal de la comunicación es dar a conocer algo. ¿Qué? Puede ser una idea, una noticia, un hallazgo, un pensamiento, cualquier cosa que permita a una persona relacionarse. Asimismo, es utilizada para brindar conocimientos que mejoren a personas que no tienen conocimiento sobre un tema determinado. Es usada generalmente en textos científicos y periodísticos que ayuden al lector a comprender de mejor el mensaje en el acto comunicativo.

### **b. Entretener (Función expresiva)**

Usa la función expresiva del lenguaje, ya que con él se intenta lograr el encuentro y la comprensión entre hablante y oyente a través de la propia naturaleza social del lenguaje. Cumple el fin humano –origen de la comunicación-, que es acercarse a otros, compartir alguna idea, solo para llegar a un entendimiento o identificación.

Algunos ejemplos de comunicación oral con este propósito son: **una charla en el café, el humor característico de un comediante ante una audiencia, las confidencias de dos amigos, la narración de experiencias personales de un jefe a sus empleados durante una reunión, etc.**

Es interesante la forma en cómo una persona se expresa hoy día con el objetivo de socializar y de pertenecer a determinado grupo o agradar a una persona. El ser humano es sociable, busca relacionarse con sus semejantes de tal forma que

pueda expresar sus sentimientos, inquietudes, deseos o simplemente el hecho de que quiera hablar con otra persona.

La comunicación es entretenimiento. El acto comunicativo no debe de ser aburrido, la conversación debe ser fluida porque de otra manera terminará muy rápido. Si el emisor no muestra interés en transmitir de la mejor manera posible el mensaje el receptor no lo recibirá apropiadamente.

### **c. Persuadir (Función apelativa)**

Usa la función apelativa del lenguaje, ya que la persona, al comunicarse, quiere influir, hacer un llamado al pensamiento del oyente para formar alguna idea, provocar un cambio de actitud o reforzar creencias y valores. Este propósito se dirige al convencimiento racional y emotivo de las personas para que piensen de cierta forma.

Ejemplos que manifiestan este propósito de la comunicación oral son: **convencer a la gente de no utilizar productos que dañen nuestro planeta; participar en una discusión y expresar nuestro punto de vista a favor o en contra; hacer que un público crea en los beneficios de cuidar la salud, etc.**

La comunicación es persuasiva puesto que el emisor está habilitado para emitir un mensaje que tenga el objetivo de hacer cambiar de opinión al receptor. Aparte de los ejemplos antes escritos se le suma el del discurso. Hoy día los políticos emiten un mensaje persuasivo que les permita obtener votos. Se trata de cambiar la forma en la que las personas lo ven, se trata de cambiar su opinión respecto a ellos mismos. Los medios de comunicación actuales informan, entretienen y persuaden a sus oyentes, lectores y televidentes.

## **1.3 Comunicación interna**

(Hernández, 2002) citado por (Téllez, 2004) menciona que:

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre sus miembros; utilizando diferentes medios de comunicación que los

mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Entonces, entiéndase la comunicación interna como aquella que busca la realización de todos los objetivos organizacionales mediante una buena relación entre sus trabajadores.

### **1.3.1 Política de comunicación interna**

Según la (Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Chile (Entel), 2015):

La Política de Comunicaciones Internas, está vinculada a una estrategia integral y establece, definiciones de objetivos, mensajes, atributos, y responsables. Además, expone los principios que guían el quehacer de Comunicaciones Internas; categoriza la información y contenidos que se emiten, y segmentan las audiencias y canales/medios de comunicación que se utilizan en la empresa. (P.4)

Una política de comunicación interna es una base escrita de las normativas de una institución o empresa, en esta se establecen sus propias reglas dirigidas al personal que labora en la misma. En esta base es necesario especificar qué se transmite, cómo se transmite, en qué momento se transmite y hacia quién está dirigido, de igual forma, el poseer una política como la ya antes mencionada resulta favorable debido que es la manera correcta de generar buenas relaciones con su público interno, lo cual, en un determinado tiempo, ayudará a que sus objetivos y metas sean alcanzados.

Por otro lado, para complementar correctamente una política de comunicación interna es necesario tener definido un organigrama institucional puesto que éste servirá para decidir quiénes son los encargados de generar información, hacia cuál área la dirigirán, el tipo de información que transmitirán y mediante qué canales.

El personal que labora en la institución directamente debe manejar la información institucional y el canal oficial de forma correcta y eficaz, así los mensajes no se desviarán de su destino y no se manejarán distintas informaciones en cada área, de lo contrario, podría afectar directa o indirectamente con la realización de los objetivos institucionales.

Como en todo reglamento, debe existir alguien encargado de velar porque se cumpla, algunos puestos que aplican para este cargo son la dirección de la institución o el encargado del área de comunicación, puesto que es un experto en el área.

### **1.3.2 Canales de comunicación**

(Gutiérrez, 2016) menciona que el canal “es el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor; el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor de este”.

Como parte fundamental de la comunicación, el canal influye en cualquier proceso comunicativo, no importa la dirección en la que se transmita un mensaje, siempre pasa a través de éste, por lo cual, saber cuál es el mejor canal en una institución es un paso adelante hacia la comunicación eficiente, clara y concisa.

La elección de un canal principal y de canales alternos para transmitir información relevante de una institución debe ser carácter primordial en cualquier entidad.

#### **1.3.2.1 Plataformas digitales y redes sociales**

Según (Observatorio ADEI, 2018, pág. 6):

Las plataformas son entidades que actúan como agentes intermediarios en mercados bilaterales o de varios lados, permitiendo que múltiples demandantes y oferentes se pongan en contacto entre sí. Su origen es tan antiguo como la propia existencia de los bazares o los mercados de abastos. Asimismo, lugares tan cotidianos como aeropuertos o centros comerciales reúnen también las características de una plataforma, al menos en su formato analógico.

Las plataformas digitales se consideran como un medio formal de comunicación, debido que esa su función ser un medio de comunicación digital en el que las personas se puedan contactar sin importar el lugar en el que se encuentren. Es un medio que ha venido a revolucionar la comunicación en todos los sentidos porque aparte de comunicar se puede utilizar como medio de divulgación, lo cual es

algo que una institución podría preferir debido a todos los beneficios que vienen con éstas.

### **1.3.2.2 Flujos comunicacionales**

La comunicación interna puede fluir de varias maneras y hay varios tipos: descendente, ascendente y horizontal.

**Descendente:** La comunicación descendente es la que se lleva a cabo cuando los supervisores juegan el rol de emisores y los subordinados son los receptores, asumiendo que los mensajes son concernientes a las responsabilidades, funciones y a la producción que se lleva a cabo dentro de la organización. (Téllez, 2004) citando a (Valdés, 2003, pág. 12).

Compréndase como aquella comunicación en la que las órdenes vienen del gerente, del director general y del puesto más alto de la organización para que sean acatadas por el que está en el puesto más bajo. No está tan presta a recibir ni a otorgar la retroalimentación. Respeto el nivel jerárquico en el organigrama de la organización.

**Ascendente:** Lo contrario a la descendente. En esta el poder de retroalimentación que posee el empleado es mayor a la anterior y su participación también. Este tipo de fluidez de la comunicación no significa que el empleado da órdenes al empleador, sino que es capaz de sugerir y brindar una retroalimentación que ayude a mejorar a la organización.

Goldhaber la define como “aquellos mensajes que fluyen de empleados hasta los superiores, normalmente con el propósito de formular preguntas, proporcionar retroalimentación y hacer sugerencias” (Téllez, 2004) citando a (Goldhaber, 1984, pág. 134).

**Horizontal:** Generalmente se da en trabajadores del mismo nivel jerárquico y es necesaria para programar actividades, reuniones, resolver problemas y tomar decisiones en las que están involucrados varios departamentos. Se utiliza para cuando existe un problema grupal y se quiere resolver sin la necesidad de preguntarle al jefe inmediato. Se puede dar entre miembros de un mismo grupo, de distintos grupos y de distintos departamentos. (Goldhaber, 1984) citado por (Téllez, 2004).

### **1.3.2.3 Formas de comunicación**

Existen 2 formas de comunicación: la formal y la informal.

**Formal:** Para (Fuentes, 2003), citado por (Téllez, 2004), explica que Martínez y Nosnik coinciden con Goldhaber en que cuando los mensajes fluyen siguiendo los caminos oficiales dictados por la jerarquía o su función laboral especificada en el organigrama de la empresa, las redes de comunicación son formales. Y según nos dice Fuentes, su objetivo es coordinar de manera eficiente todas las actividades distribuidas en la estructura de la organización.

Este tipo de instancia comunicacional se ve expresado a través de los memorandos, las reuniones, los mensajes, las llamadas telefónicas y comunicados que se realizan en la organización.

**Informal:** Según (Martínez y Nosnik, 1988) citados por (Téllez, 2004) la comunicación informal es:

- a. El intercambio de información que se establece entre las personas en una organización, independientemente de los puestos que ocupen en ella.
- b. La que no sigue canales ni procedimientos establecidos formalmente.
- c. La que toca elementos de trabajo, sin tener legitimidad de las autoridades correspondientes de esa área.

Este tipo de instancia se da mayormente a través del rumor, puesto que no es formal, no es confiable, tiene varios puntos de vista, no procede de una fuente oficial y puede que esté o no relacionado con el trabajo. Sin embargo, la información se mueve rápidamente.

### **1.3.3 Comunicación interpersonal**

Según (Agüero, 2012, pág. 60) la comunicación interpersonal es:

... el nivel donde se produce la relación humana directa con la mayor intensidad y es el más efectivo en la comunicación humana. La

comunicación interpersonal es un indicador del funcionamiento de las relaciones interpersonales.

La comunicación interpersonal expone a las personas a contactos directos entre los ejecutantes (ejecutores) que se interrelacionan, enriquecen y crean nuevas relaciones y vínculos a través de su propia personalidad.

La comunicación interpersonal es parte del proceso humano cuando se interactúa con otra u otras personas, independientemente de si es un tema personal o bien un intercambio de ideas o una plática meramente profesional, siempre y cuando siga el proceso de comunicación (emisor-mensaje-receptor-). En la comunicación interpersonal las personas ocupan ambos roles, son emisores y receptores puesto que una de las características principales de este tipo de comunicación es la inmediatez, la facilidad con la que puede transcurrir una conversación casual. Es necesario aclarar que para que esto se dé el mensaje debe llegar en forma clara. Asimismo, dicha comunicación alimenta las relaciones interpersonales que se puedan dar en una institución, de forma que, el vínculo que se crea entre una persona y otra mejora el ambiente laboral, institucional, interdepartamental y, claro está, interpersonal. De esta manera, el instituto se ve beneficiado y hasta es posible notar que el personal trabaja más a gusto y es hasta más efectivo.

#### **1.4 Comunicación externa**

(Hernández, 2002) citado por (Téllez, 2004) comenta que la comunicación externa “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos; a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios”.

Algunas instituciones trabajan más lo que es la comunicación interna y se olvidan de la externa debido a que no saben la importancia que ésta tiene. La comunicación externa y sus procesos son los que crean la imagen corporativa de una empresa ante los clientes y es gracias a estos que una empresa se debe.

Todo aquel que esté a cargo de manejar la comunicación externa de una organización debe saber que su principal objetivo es generar una imagen positiva ante el público y deberá crear un sentimiento de pertenencia para con la misma.

### **1.4.1 Política de comunicación externa**

Según la (Contaduría General de la Nación, 2015) una política de comunicación externa “mejora el vínculo con la ciudadanía, da a conocer la misión, visión y valores... busca que todos los usuarios... conozcan las decisiones técnicas adoptadas y los servicios brindados para cada uno de sus públicos”.

Asimismo:

... busca garantizar la difusión de información veraz y oportuna, a los distintos usuarios sobre los servicios brindados y los resultados de su actuación como herramienta para la toma de decisiones y está dirigida a hacer visible la gestión institucional, fortaleciendo y posicionando la imagen organizacional.

Todo esto se da a conocer mediante diversos canales de comunicación externa tales como: páginas web, redes sociales, folletería, pautas radiales, notas de TV, ruedas de prensa, avisos de prensa, dossier informativo, medios de comunicación digitales, etc.

La política de comunicación externa es la que dicta la manera en cómo actuarán los flujos y los canales y los medios al transmitir o emitir un comunicado al exterior. De la misma forma, el instituto deberá contar con un vocero oficial como parte de la política de comunicación externa, pues ésta conlleva el manejo de toda la información que se da a conocer.

La creación de una política de comunicación externa es realmente imprescindible, sin importar si es empresa, instituto u organización, ésta generalmente ayuda a dar la cara por el instituto al momento de una crisis ya sea fácil o difícil de resolver. En ella se explica el paso a paso de cómo resolver una crisis, el permiso necesario de las autoridades para divulgar, entre otras cosas.

El departamento, área o dirección de comunicación en conjunto con RRHH serán los encargados de suministrar los términos en las políticas de comunicación tanto internas como externas a un/a trabajador/a desde el momento en que éste/a forme parte del instituto. Igualmente, la política de comunicación aclara que cualquier información a ser próximamente divulgada debe ser clara, consistente, coherente, precisa y sincera.

#### **1.4.1.1 Plan de comunicación de crisis**

El plan de crisis puede ser un manual que dicta las orientaciones a seguir al momento en que se produzca una crisis institucional. La institución nunca sabe el momento exacto en el que se dará una situación semejante, debido que éstas generalmente aparecen de manera inesperada y son peligrosas, puesto que pueden representar una amenaza pequeña, en caso de detectarla a tiempo o grande cuando no se cuente con un manual que indiquen los pasos para desaparecerlas.

El (Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior ICETEX, 2010, pág. 10) explica que:

Una situación de crisis es aquella que sitúa en riesgo la estructura organizacional, actividad institucional y procedimientos operativos de todas y cada una de las áreas del ICETEX; circunstancias que pueden amenazar los valores fundamentales y la existencia misma del Instituto en el país y en el Exterior.

Dicho esto, entiéndase a la situación de crisis como un hecho que pone en peligro al instituto, su quehacer, su labor, su imagen creando mala reputación, un flujo de comentarios negativos incontenibles, entre otros. “Crisis son eventos negativos de muy alto impacto, capaces de afectar significativamente el valor de una organización e incluso aniquilarla” (Remy, 2014, pág. 1). De manera que, la importancia de poseer un plan de contención y manejo de crisis es vital para la institución porque ayuda a mantener un manejo cuidadoso de la información que se divulga, la preservación de su imagen creíble y el mejor canal para comunicarse con sus públicos.

#### **1.4.2 Extensión universitaria**

Rafael Altamira, citado por (Cantero, 2017) en la inauguración del curso de Extensión Universitaria de Oviedo (1899), decía:

“La Extensión Universitaria comprende: conferencias que “vulgarizan” los conocimientos científicos, excursiones artísticas y arqueológicas, cursos para obreros en núcleos rurales y mineros, festivales de confraternización entre profesores y obreros, colonias escolares, escolares, etc. [...] No sólo se intenta dar una respuesta diferente a la cuestión social, sino elevar el nivel interno de la Universidad; formar hombres antes que sabios”.

Gabriel del Mazo (Tünnermann, 2000, pág. 3):

sostiene que el afán de proyectar la labor universitaria en el seno de la colectividad fue uno de los enunciados básicos de la Reforma, dio origen a una nueva función para la Universidad latinoamericana, la función social, esto es, el propósito de poner el saber universitario al servicio de la sociedad y de hacer de sus problemas tema fundamental de sus preocupaciones.

Asimismo, el Primer Congreso de Universidades Latinoamericanas, que se celebró en la Universidad de San Carlos de Guatemala, en 1949, (Tünnermann, 2000, pág. 3), dijo que:

... la universidad es una institución al servicio directo de la comunidad cuya existencia se justifica en cuanto realiza una acción continua de carácter social, educativa y cultural, acercándose a todas las fuerzas vivas de la nación para estudiar sus problemas, ayudar a resolverlos y orientar adecuadamente las fuerzas colectivas.

(Tünnermann, 2000, pág. 4):

Así entendida, la extensión universitaria tiene por misión proyectar, en la forma más amplia posible y en todas las esferas de la nación, los conocimientos, estudios e investigaciones de la universidad, para permitir a todos participar en la cultura universitaria, contribuir al desarrollo social y a la elevación del nivel espiritual, moral, intelectual y técnico del pueblo.

Serna como se citó en (Morales-Rubiano & Ortiz-Riaga, 2011, pág. 2) recoge los diferentes modelos de extensión que se pueden rastrear históricamente y los define como “la manera característica y distintiva en que una institución de enseñanza superior, asumiendo su función social, comparte su cultura y conocimientos con personas, grupos o comunidades marginados o vulnerables”.

En (Cantero, 2017), se menciona que:

La Extensión Universitaria permite que el saber que se genera en las aulas, institutos y laboratorios no quede limitado en su aprovechamiento a los integrantes de la comunidad universitaria, sino que se vuelque de un modo amplio a la comunidad en general. En el ámbito nacional son variadas las

formas de organización de la extensión universitaria, para ello cada universidad diseña permanentemente actividades académicas abiertas al público en general.

#### **1.4.2.1 Convenio**

Básicamente, un convenio es el entendimiento entre dos o más personas o instituciones, de tal forma, que ambas se lucren del pacto y sean capaces de mejorar sus condiciones y sus relaciones institucionales o personales.

Un convenio es un acuerdo de voluntades entre dos o más personas o instituciones. Por otro lado, se entiende por convenio de cooperación interinstitucional a todo acto celebrado entre una institución y otras personas jurídicas de derecho público o privado, nacionales o extranjeras y cuya finalidad es aprovechar mutuamente sus recursos o fortalezas. (Oficina Central de Cooperación Técnica (OCCT), 2017)

Los convenios son creados para mejorar muchas cosas en una institución, por ejemplo, se mejora la calidad de los servicios, la comunicación interinstitucional, apoyan al desarrollo de ésta, promueven la retroalimentación pues aprenden una de la otra, los proyectos se desenvuelven mejor, se obtienen mejores resultados, etc. Asimismo, “Los convenios son documentos que reflejan el o los programas de colaboración acordados entre dos o más instituciones y en los que se establecen las bases para el desarrollo de actividades de diversa índole y naturaleza” (Hernández, Bonilla, Aranda, & Hernández, 2014). Es importante indicar que estos acuerdos resultan ser una herramienta imprescindible para la institución.

#### **1.4.3 ¿Qué es imagen?**

Según el (Real Academia Española, 2018) **imagen** es una “figura, representación, semejanza y apariencia de algo”. A medida que pasan los años, la palabra imagen ha venido adquiriendo significados muy amplios y distintos, pues es un término que puede ser utilizado en muchos contextos y el significado que se le dé dependerá del conocimiento, de la cultura y del contexto en que se diga. Hay muchos tipos de imagen: mentales, creadas, directas, indicios, naturales, vectoriales y

registradas. Asimismo, existen otros que van más acorde con este trabajo tales como: imagen de marca, imagen de producto e imagen corporativa.

(López, 2015), menciona que el concepto de imagen valga la redundancia, tiene su origen en el latín *imāgo* y permite descubrir a la figura, representación, semejanza, aspecto o apariencia de una determinada cosa. De igual manera, expresa que la imagen se puede dividir en dos dominios: el **inmaterial** donde aparecen las visiones, fantasías, imaginaciones, esquemas o modelos y el de las **imágenes como representación visual** en el que se encuentran el diseño, la pintura, los grabados, las fotografías, imágenes cinematográficas, televisivas e infografías.

Por otro lado, (Capriotti, La imagen corporativa, 2004) opina que “la imagen podría ser definida como el conjunto de características o atributos que la organización quiere que sus públicos conozcan o asocien a ella”.

#### **1.4.4 Imagen institucional**

Para (López, 2015), la imagen corporativa “es el grupo de cualidades que los consumidores asocian con una determinada compañía, empresa, institución u organización. Podría decirse que la imagen corporativa es aquello que la empresa significa para la sociedad”.

La diferencia entre los conceptos es muy clara y es que una está ambientada en el ámbito institucional y la otra puede relacionarse en muchos otros sentidos. El cómo se da a conocer la entidad y el cómo ve el público a la misma es lo que la diferenciará de institución cualquiera a una de renombre. Es por eso, que el cuidado de la imagen institucional es de mucha importancia, pues si logra vender una buena imagen será menos propensa a los problemas.

Según (Capriotti, La imagen de la empresa. Estrategia para una comunicación integrada, 2006), la imagen de empresa “es la actitud que tienen los públicos hacia la organización como tal, en cuanto ser vivo, social y comunicativo. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta”.

Así pues, la imagen es todo aquello que el organismo vende a su público, si logra hacerlo con éxito, difícilmente el cliente o público tendrá desconfianza. El objetivo de todo esto, es que las personas que acuden a la entidad desarrollen y sostengan una opinión favorable.

## **1.5 Comunicación institucional**

Cornelissen (2008) citado por (Portugal, 2012) entiende por Comunicación Institucional a:

... la función de gestión que ofrece un marco para coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación favorable frente a los distintos grupos de públicos de los que la institución depende.

Dicho esto, se puede entender como comunicación institucional a todas aquellas acciones comunicativas que se dan dentro de la organización y que tienen el fin de transmitir propósitos comunes tanto dentro como fuera de la organización.

La comunicación institucional tiene el objetivo de ayudar a los miembros a que cumplan las metas individuales y las de la organización, de tal forma que los mensajes que ésta brinde a su público interno y externo lleguen de la forma más apropiada. También establece relaciones de calidad entre la institución y los públicos a los que ésta atiende, dándose a conocer socialmente y proyectando una imagen pública.

Los procesos comunicacionales son una parte fundamental para el instituto pues estos permiten a los empleados comunicarse de una manera eficaz y realizar mejor el trabajo.

A un instituto, una empresa u organización con un buen sistema de comunicación le resulta más fácil alcanzar sus metas, atender a sus clientes, apoyar a sus colaboradores, realizar trabajos internos y externos, brindar un mensaje claro, vender una imagen, que son cosas que hacen que una organización realce sobre otras.

### **1.5.1 Importancia de la comunicación institucional**

La comunicación en una institución es inevitable. Tanto dentro como fuera de ella sus mensajes y sus objetivos deben de ser claros. El funcionamiento correcto de una institución se debe a la buena comunicación que realizan todos sus trabajadores, desde el que tienen el rango más alto hasta el más bajo. La retroalimentación es parte fundamental de la comunicación interna y externa, por lo tanto, la entidad debe estar

dispuesta a recibir sugerencias y consejos sobre su trabajo pues esto mejorará su imagen institucional; brindará un mejor servicio, promoverá su sentimiento de pertenencia a más personas y, debido a esto, crecerá exponencialmente.

La comunicación institucional no es cualquier cosa y una buena comunicación no se obtiene fácilmente, por lo que todos los beneficios que brinda no son fáciles de obtener, sin embargo, es posible. Constantemente las instituciones fracasan por una mala comunicación institucional, las personas hablan lo que no deben, sin conocimientos, sin pruebas, no manejan información general de su propia institución y, si un empleado de una empresa conoce bien su empresa, menos alguien externo. Un empleado que no esté debidamente capacitado jamás será una buena imagen para una empresa lo que resultará una mala imagen. Crear una mala imagen sobre algo es muy fácil, las crisis institucionales se dan y cuando se está en una es muy difícil levantar a la entidad nuevamente, sin embargo, con una buena comunicación externa es posible.

La importancia de tener un buen equipo a cargo de la comunicación institucional es sustancial, pues son los encargados de dar a conocer todo lo que se realizó, se realiza y se realizará en un organismo. Son los encargados de brindar los mensajes internos y externos, de hacer que todos los empleados se entiendan, acuerden en los objetivos institucionales y que brinden un servicio ejemplar ante un público meta.

## **2. Diagnóstico de comunicación**

(Garandilla, Ramirez, Nieves, & Gómez, 2011) consideran que:

Un diagnóstico comunicacional, es un proceso de cambio que se inicia en el reconocimiento de la situación actual de una organización, de los distintos grupos que la conforman, con el objetivo de evaluar la eficacia de los sistemas de comunicación de la empresa o institución.

Es preciso aclarar que existen varios criterios sobre el diagnóstico, pero se considera acertado el de Prieto (1999), citado por (Garandilla, Ramirez, Nieves, & Gómez, 2011) cuando expresa que:

es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución.

Según (Garandilla, Ramirez, Nieves, & Gómez, 2011), el diagnóstico de comunicación es un “procedimiento que se realiza para evaluar la eficiencia de los sistemas de comunicación interna de una empresa.” Constituye, además, para la autora, (el método que analiza los canales, emisores, contenidos e impacto de la comunicación en la organización).

Un diagnóstico comunicacional es la mejor forma en la que una empresa puede valorar su situación, dado que gracias a este proceso se logra identificar las fortalezas y debilidades, que esta presenta. Este proceso también se apoya de instrumentos que ayudan a identificar los puntos claves sobre condición en la que se encuentran, esto mediante la opinión de los colaboradores, ya que estos son los aliados más importantes al momento de definir las condiciones en las que laboran. Crear un diagnóstico comunicacional es solo el inicio de un proceso, para mejorar la comunicación ya sea interna, externa o ambas, de la finalización de este proceso, se procede a realizar un plan estratégico, en caso de que se quieran proponer estrategias comunicacionales, para luego poder valorarlas y ponerlas en práctica.

Si una empresa o institución quiere trabajar al 100% en forma colectiva con sus colaboradores identificando sus puntos vulnerables, debe hacerlo mediante un diagnóstico, es por esto por lo que todas las instituciones deberían autoevaluarse con este instrumento comunicacional, tomando en cuenta las instancias que están relacionadas con la comunicación. Esto los ayudará a que tengan en cuenta a los colaboradores, ya que son los únicos portavoces de la verdadera situación en la que trabajan y son los que se dan cuenta de todo lo que sucede en una institución, incluso, hasta en los eventos más pequeños. Si se tratara de una empresa, el diagnóstico debe tomar en cuenta a los clientes o consumidores, porque si de comunicación externa se trata, ellos son parte esencial para que la institución y/o empresa funcione. El público representa no solo la otra cara sino parte esencial y fundamental en un diagnóstico, porque es una opinión genuina. A nivel interno ayudará a identificar y

analizar cómo se transmiten los mensajes; si se entienden. Asimismo, la percepción que tienen los trabajadores con respecto a la institución, entre otros aspectos. A nivel externo, se dará cuenta cómo es vista la institución por los clientes, por el público y por todo aquel que tenga contacto con la misma.

### **3. Estrategia de comunicación**

#### **3.1. ¿Qué es una estrategia de comunicación?**

Según la (Food and Agriculture Organization (FAO), 2008, pág. 8), una estrategia de comunicación es “una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación”.

Una vez que se ha realizado el diagnóstico de comunicación, analizado los resultados, sacado los aspectos concluyentes y recomendaciones, entonces, se procede a realizar la o las estrategias de comunicación. Éstas están basadas, como dice (García, 2014), en los resultados de los instrumentos utilizados en el diagnóstico de comunicación.

Asimismo, para Wilcox (2000) citado en (Rivera & Montoya, 2015) una estrategia “describe cómo se va a alcanzar, en teoría, un objetivo, ofreciendo líneas directrices y temáticas para el programa global”.

(Coloma, 2014), menciona que:

*Las estrategias de comunicación nos ayudan a relacionarnos con los destinatarios de nuestros mensajes, a interactuar con ellos en la búsqueda de que se identifiquen con lo que estamos proponiendo. Constituyen un escenario para convocar a la acción a las personas relacionadas con la solución del problema identificado. La elección de las estrategias puede representar la diferencia entre el éxito o el fracaso del plan de comunicación, por ello deben utilizarse de manera combinada y definirse de acuerdo a los públicos a los que busca dirigirse.*

### **4. Planificación estratégica**

Según (Armijo, 2011):

La Planificación Estratégica, PE, es: una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen. La Planificación Estratégica consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción (estrategias), para alcanzar dichos objetivos. Desde esta perspectiva la PE es una herramienta clave para la toma de decisiones de las instituciones públicas.

Hay que tener en cuenta que para crear una estrategia, primero se debe de realizar un diagnóstico comunicacional, para que por medio de este valorar la situación actual de la institución, y así tener en cuenta que tipo de estrategias necesita y debe aplicar la institución, en esta se debe definir el tiempo, ya que puede ser a corto, mediano o largo plazo, siempre y cuando se tenga en mente de qué forma se quiere mejorar la situación en cuanto a comunicación y estrategias.

Al crear una estrategia, también se está iniciando el camino hacia el “futuro deseado”, ya que es la vía más adecuada, para lograr los objetivos en cuanto a la proyección de la institución, es por eso lo más indicado es plantearse estrategias a largo plazo, que ayuden a establecer una comunicación estratégica planificada.

## **Capítulo III**

### **Diagnóstico de comunicación**

#### **Diseño metodológico:**

Sánchez; Carlessi, (1990) cita: “El diseño metodológico es una estructura u organización que adopta el investigador para solucionar y controlar las variables de estudio. Mediante esta estructura nos ayudará a obtener las respuestas de nuestras preguntas o hipótesis planteada para lograr las conclusiones”.

#### **a. Metodología**

El presente estudio es descriptivo concluyente porque a medida que la investigación avance se irá describiendo, analizando y obteniendo resultados, con los cuales se concluirá para luego realizar una estrategia de comunicación interna y externa. Asimismo, el estudio es de carácter mixto porque se realizará la recolección y análisis de datos cuantitativos, el análisis es para realizar un informe como proceso de estudio, también se realizarán entrevistas y un análisis de medios como instrumentos cualitativos.

#### **b. Sujetos**

##### **1. Sujeto Comunidad Universitaria**

Los sujetos de estudio serán el 10% de los alumnos activos, de tercer y cuarto años del turno matutino, de Bioanálisis, Enfermería en Materno Infantil, Enfermería en Salud Pública y Fisioterapia, debido que son las carreras con más demanda y estudiantes dentro del POLISAL, también, se contará como sujeto de estudio al 10% del personal docente que da clases en estas carreras y otro 10% del personal administrativo porque juegan un papel muy importante dentro del instituto para determinar la situación comunicacional.

#### **Tipo de estudio:**

A los estudiantes, al personal administrativo y al personal docente se le aplicó un instrumento de tipo cuantitativo para conocer su percepción sobre los componentes de comunicación interna y externa que se abordan en este estudio, y de esta forma, obtener resultados a través del análisis.

Nº	Tipo de técnica	Cantidad de sujeto	Departamentos
1	Encuesta	81 (10% de alumnos activos 72, personal docente 4 y administrativo 5)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bioanálisis</li> <li>• Enfermería en Salud Pública</li> <li>• Enfermería en Materno Infantil</li> <li>• Fisioterapia</li> </ul>

## 2. Directivo POLISAL

El sujeto de estudio de este instrumento es el director del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL), Dr.: Juan Francisco Rocha López, licenciado en Bioanálisis Clínico, con 29 años de experiencia, quien posee un doctorado en Intervención en Educación Social y maestrías en Ciencias Farmacéuticas con mención en Biología Clínica, Educación en intervención social y diplomados en Gestión Universitaria, en Biología Molecular, Curriculum por Competencia y en Debates Actuales en Desarrollo Humano.

### Tipo de estudio:

Al director del instituto se le realizó un instrumento de tipo cualitativo, el cual tiene como objetivo conocer su percepción sobre los componentes de comunicación interna y externa que se abordan en este estudio y, de esta forma, obtener resultados a través del análisis.

Nº	Tipo de instrumento	Cantidad de sujetos	Área
1	Entrevista	1 por institución	Dirección

## 3. Encargado de Comunicación y Divulgación

Encargado de comunicación y divulgación del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada”, Darwin Carrillo, licenciado en Filología y Comunicación.

**Tipo de estudio:**

Al encargado de comunicación y divulgación del instituto se le realizó un instrumento de tipo cualitativo, el cual tiene como objetivo entender su percepción sobre los componentes de comunicación interna y externa que se abordan en la institución, y de esta forma, obtener los resultados de este instrumento.

Nº	Tipo de instrumento	Cantidad de sujetos	Área
1	Entrevista	1 por institución	Comunicación y Divulgación

**4. Externo**

Dr. Kenia Grillo, directora del Hospital Manolo Morales, con el cual la UNAN-Managua posee convenio a través del MINSA.

**Tipo de estudio:**

A la Dr. Grillo se le iba a realizar un instrumento de tipo cualitativo para conocer su percepción sobre la comunicación externa del POLISAL, sin embargo, no se dio puesto que desde la dirección del hospital pidieron una carta con autorización del SILAIS-Managua para poder entrevistarla. Los investigadores se dirigieron al SILAIS-Managua con una carta pidiendo autorización y ahí les informaron que iban a llamarlos para comunicarles si la autorización se daba o no. Es importante mencionar que en el SILAIS-Managua les brindaron un **RECIBIDO**, lo cual demuestra que la transacción se hizo y que buscaron todos los medios para conseguir dicha entrevista. Ver **Anexo #5**

**5. Experto**

El sujeto experto es una profesional en el área de Comunicación, con título de licenciatura en Filología y Comunicación. Posee vasta experiencia realizando trabajos, informes, estudios comunicacionales y enseñando a futuros profesionales en la misma área.

**6. Medios de comunicación nacionales**

Páginas web de los medios de comunicación nacionales más importantes:

Canal 2, Canal 4, Canal 6, Canal 8, Canal 10, Canal 12, La Prensa, El Nuevo Diario, Metro Nicaragua, Hoy, El 19 Digital y Confidencial.

### **c. Instrumentos:**

A continuación, se describen la metodología de la aplicación y temporalidad de los instrumentos.

#### **1. Comunidad Universitaria**

A la comunidad universitaria del POLISAL (estudiantes, personal docente y administrativo) se le aplicó una encuesta de comunicación interna y externa.

##### **Cuadro de Análisis**

Se realizó un cuadro de análisis en el que se unieron todos los porcentajes de respuestas de cada pregunta de la encuesta aplicada, en la primera semana de marzo de 2019, sobre los componentes de comunicación interna y externa, en base a este análisis se procede a definir las áreas en las que se aplicará cada estrategia.

#### **2. Directivo y Encargado de Comunicación y Divulgación**

Con el director del POLISAL y su encargado de comunicación y divulgación se utilizó la:

##### **Guía de entrevista semiestructurada**

Se realizó una guía de entrevista semiestructurada, incluyendo los componentes de política de comunicación interna, canales de comunicación, y comunicación interpersonal en cuanto a comunicación interna se refiere y, por otro lado, en la comunicación externa, se abordaron los componentes de política de comunicación externa, extensión e imagen. Esto con el objetivo de recopilar más información al entrevistar a nivel interno al director y al encargado de comunicación y divulgación de la institución.

#### **3. Externo**

No se dio.

##### **Guía de entrevista semiestructurada**

No se utilizó.

#### 4. Experto

Con el sujeto experto se utilizó un instrumento:

##### **Guía de entrevista de validación**

La entrevista al sujeto experto está compuesta por componentes de comunicación interna y externa, para darle validación al estudio y fortalecer las propuestas de estrategia de comunicación interna y externas en el POLISAL.

#### 5. Medios de comunicación nacionales

A las páginas web de los medios de comunicación nacionales más importantes: Canal 2, Canal 4, Canal 6, Canal 8, Canal 10, Canal 12, La Prensa, El Nuevo Diario, Metro Nicaragua, Hoy, El 19 Digital y Confidencial se les aplicó un cuadro de análisis de medios.

##### **Cuadro de análisis de medios**

En el cuadro de análisis fue realizado con el objetivo de presentar las fechas de publicación de las notas, el periodista, el programa o sección, su punto de vista, la noticia, etc.

##### **Técnicas y procedimientos:**

#### 1. Comunidad Universitaria

Pasos del procedimiento para analizar encuestas:

##### **Política de comunicación interna**

#### 1. ¿Cuenta el POLISAL con normas de comunicación interna?

Pregunta 1	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Sí	40%	50%	44%	40%	25%	40%	39.83%
No	20%	0%	18%	15%	75%	20%	24.66%
No sé	40%	50%	38%	45%	-	40%	35.5%
Total							99.99%

El 35.5% de los encuestados (estudiantes de las carreras de Bioanálisis, Enfermería en Salud Pública, Enfermería Materno Infantil, personal docente y administrativo) respondió que no sabe si el POLISAL cuenta con normas establecidas de comunicación interna, y un 24.66% contestó que no cuenta con estas normas, por ende, un 60.16% desconoce sobre la existencia de estas normas establecidas. Por otro lado, un 39.83% respondió que si cuenta con normas de comunicación interna.

Cada cuadro de análisis posee el número de la pregunta, las carreras (4), el personal docente, el personal administrativo y las opciones que pudieron haber seleccionado. Para analizar los resultados se siguieron los siguientes pasos:

Se sacaron los resultados de cada carrera y personal administrativo y docente. (Sombreados en amarillo y sumados verticalmente para dar un 100%). Luego, se sumó el resultado de cada opción por carrera y personal docente y administrativo. (Sombreado en verde y sumados horizontalmente) para sacar un 100% equivalente al total de veces que la opción fue seleccionada por carrera y personal. Finalmente, se realizó una regla de 3 simple en donde 600 (100% de Fisioterapia, 100% de Bioanálisis, 100% de Enfermería en Materno Infantil, 100% de Enfermería en Salud Pública, 100% del personal docente y 100% del personal administrativo) es el 100% y no se sabe cuál es el porcentaje de la suma de cada opción por carrera y personal; por lo tanto, en la pregunta 1, en la opción 1 (Sí):

$$600=100\%$$

$$239=x \longrightarrow x=239*100\%/600=23,900/600=39.83\%$$

De la suma de la opción 1 (Sí), de la opción 2 (No) y de la opción 3 (No sé) (en este caso) por carrera y personal docente y administrativo, se obtiene el subtotal y, al sumar los 3 subtotales (verticalmente y sombreados en celeste), da el total. (100% de los resultados por opción, por carrera, por personal docente y personal administrativo).

Una vez calculado el porcentaje se procedió a analizarlos y, de este análisis, es de donde se extraen las conclusiones más relevantes.

## **2. Directivo y Encargado de Comunicación y Divulgación**

Para el análisis de las entrevistas lo que se realizó fue un cuadro (por entrevista) en el que se presentaba el número de pregunta, el componente al que pertenecía, la pregunta y un extracto sobre lo más importante de la respuesta que brindó el entrevistado, de estas respuestas se extrajeron las conclusiones más relevantes.

### **3. Experto**

El sujeto experto brindó respuestas para la validación que fueron escritas en los resultados de la misma.

### **4. Medios de comunicación nacionales**

Para analizar los medios de comunicación nacionales se procedió a realizar un monitoreo de noticias relacionadas con el POLISAL el día 25 de marzo de 2019, de manera que, se lograra obtener un punto de vista externo acerca de la imagen que divulga el instituto.

**Preguntas directrices**

1. ¿Cuáles son las normas de comunicación interna con las que cuenta el POLISAL? ¿Son cumplidas por la comunidad universitaria y reguladas por un área encargada de medir su cumplimiento?
2. ¿Cuáles son los principales canales de comunicación interna y externa utilizados por el instituto para transmitir información, comunicarse de manera interna y divulgar su imagen y quehacer institucional a la comunidad universitaria, a sus aliados y al público en general?
3. ¿Cómo se produce la comunicación interpersonal entre el personal administrativo, personal docente y estudiantes en el POLISAL?
4. ¿Cuáles son las normas de comunicación externa que posee el POLISAL? ¿Son cumplidas por la comunidad universitaria y reguladas por un área encargada de medir su cumplimiento?
5. ¿Cuenta el POLISAL con convenios a nivel nacional e internacional y brinda servicios a la comunidad universitaria y población en general como parte de su extensión universitaria?
6. ¿Cómo es percibida la imagen proyectada por dicho instituto y cuál es el medio utilizado para su divulgación?

**Presentación de resultados de diagnóstico**

**a) Encuestas**

**Comunicación interna:**

**Política de comunicación interna**

**1. ¿Cuenta el POLISAL con normas de comunicación interna?**

Pregunta 1	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Sí	40%	50%	44%	40%	25%	40%	39.83%
No	20%	-	18%	15%	75%	20%	24.66%
No sé	40%	50%	38%	45%	-	40%	35.5%
Total							99.99%

El 35.5% de los encuestados (estudiantes de las carreras de Bioanálisis, Enfermería en Salud Pública, Enfermería Materno Infantil, personal docente y administrativo) respondió que no sabe si el POLISAL cuenta con normas establecidas de comunicación interna, y un 24.66% contestó que no cuenta con estas normas, por ende, un 60.16% desconoce sobre la existencia de estas normas establecidas. Por otro lado, un 39.83% respondió que si cuenta con normas de comunicación interna.

**2. ¿Existe un área específica donde se establezcan y se regulen estas normas?**

Pregunta 2	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Subtotal
Sí	40%	25%	19%	30%	25%	20%	26.5%
No	-	75%	44%	-	50%	20%	31.5%
No sé	60%	-	37%	65%	25%	60%	41.1%
No contestó	-	-	-	5%	-	-	0.83%
Total							99.93%

El 41.1% del total de encuestados respondió que no sabe si en el POLISAL exista un área en específica donde se establezcan y regulen estas normas. Otro 31.5% respondió que no existe un área donde se establezcan y regulen estas normas, esto significa que un 72.6% desconoce si existe de un área en específica donde se

establezcan y regulen estas normas. En cambio, un 26.5% contestó que, si existe un área donde se establezcan y regulen estas normas, y por último un 0.83% no contestó.

**3. ¿En qué momento se utilizan o cumplen el personal docente con estas normas?**

Pregunta 3	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Usualmente Siempre	40%	31%	12%	20%	25%	40%	28%
A veces Pocas veces	40%	56%	88%	55%	-	-	39.83%
Nunca	15%	13%	-	10%	-	-	6.33%
No contestó	5%	-	-	15%	75%	60%	25.83%
Total							99.99%

El 39.83% del total de encuestados respondió que el personal docente a veces y pocas veces utiliza o cumple con estas normas. Y un 6% respondió que el personal docente nunca cumple o utiliza estas normas. Por ende, un 46.16% demuestra el que personal docente no usa estas normas. Es más, un 25.83% se reservó a no contestar la interrogante. Por otro lado, un 28% contestó que usualmente y siempre el personal docente utiliza o cumplen con estas normas.

**4. ¿En qué momento se utilizan o cumplen el personal administrativo con estas normas?**

Pregunta 4	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Usualmente Siempre	25%	38%	-	20%	25%	40%	24.6%
A veces Pocas veces	60%	50%	94%	55%	-	20%	46.5%
Nunca	15%	12%	6%	10%	-	-	7.16%
No contestó	-	-	-	15%	75%	20%	18.33%
Total							96.59%

El 46.5% de los encuestados contestó que el personal administrativo a veces y pocas veces utilizan o cumple con estas normas. Y un 7.16% respondió que nunca

se utilizan o cumplen estas normas. Por lo cual se comprende, que un 53.66% refleja que el personal administrativo no cumple con estas normas. A esto también, se le agrega que un 18.33% no contestó. Por otro lado, un 24.6% respondió que el personal administrativo usualmente y siempre utiliza o cumplen con estas normas.

**5. ¿En qué momento se utilizan o cumplen los estudiantes con estas normas?**

Pregunta 5	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Usualmente Siempre	25%	32%	19%	20%	25%	40%	26.83%
A veces Pocas veces	60%	43%	69%	60%	-	-	38.66%
Nunca	15%	19%	6%	5%	-	-	7.5%
No contestó	-	6%	6%	15%	75%	60%	27%
Total							99.99%

El 38.66% de los encuestados respondió, que a veces y pocas veces los estudiantes utilizan o cumplen con estas normas. Y un 7.5% contestó, que nunca los estudiantes cumplen o utilizan estas normas. Esto significa, que un 46.16% demuestra que los estudiantes no cumplen o utilizan estas normas. A esto también, se le agrega que un 27% se reservó a no contestar. Por otro lado, un 26.83% contestó que usualmente y siempre los estudiantes cumplen o utilizan estas normas.

**6. ¿Qué tipo de recursos se utilizan para llevar a cabo estas normas de comunicación interna?**

Pregunta 6	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	75%	43%	37%	30%	25%	40%	41.66%
Informal	-	6%	6%	-	-	-	2%
Plataformas y redes sociales	5%	31%	50%	25%	25%	40%	29.33%
Todas las anteriores	-	6%	-	15%	-	-	3.5%

Pregunta 6	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	-
No sé	15%	13%	6%	30%	-	-	10.66%
No contestó	5%	-	-	-	50%	20%	12.5%
Total							99.65%

El 41.66% de los encuestados respondió, que los recursos formales en los que se destacan los comunicados son los que se utilizan para llevar a cabo estas normas de comunicación interna. Por otro lado, un 29.33% contestó que utilizan las plataformas y redes sociales como correo electrónico y WhatsApp. Por otro lado, un 12.5% no contestó la interrogante. En cambio, un 10.66% no sabe qué tipo de recursos utilizan para llevar a cabo estas normas. Y, por último, un 2% contestó que utilizan los recursos informales para llevar a cabo estas normas. Esto demuestra que la comunicación informal se da en un mínimo porcentaje.

### **Conclusiones:**

#### **Política de comunicación interna**

- **El 60.16% de los encuestados no conoce de la existencia de normas de política interna y un 72.6% desconoce de lugar donde se realicen y regulen estas normas.**
- **El 46.16% del personal docente no cumple con estas normas de comunicación interna, y otro porcentaje igual demuestra que los estudiantes tampoco. Por otro lado, un 53.66% del personal administrativo tampoco no las cumple.**
- **El 27.16% de los encuestados considera que la comunicación en el POLISAL es de manera descendente, esto quiere decir que la información se transmite por un orden jerárquico.**

#### **Canales de comunicación:**

#### **7. ¿Conoce usted los medios comunicacionales utilizados para transmitir mensajes en el POLISAL?**

Pregunta 7	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Sí	80%	81%	63%	75%	75%	80%	75.6%
No	15%	19%	37%	25%	-	-	16%

Pregunta 7	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
No contestó	5%	-	-	-	25%	20%	8.33%
Total							99.93%

El 75.6% de los encuestados respondió, que si conoce los medios comunicacionales utilizados para transmitir los mensajes en el POLISAL. Esto significa que el 75.6% de los encuestados sí conoce los medios utilizados para transmitir mensajes en el POLISAL. En cambio, un 16% contestó que, no conoce los medios utilizados para transmitir los mensajes. Y, por último, un 8.33% no contestó.

### **8. ¿A través de qué canales se transmiten los mensajes en el POLISAL?**

Pregunta 8	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	35%	37%	25%	20%	25%	40%	30.33%
Informal	10%	6%	-	-	-	-	2.66%
Plataformas digitales y redes sociales	15%	19%	62%	55%	75%	60%	47.66%
Todas las anteriores	15%	25%	-	15%	-	-	9.16%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	-
No sé	-	13%	13%	10%	-	-	6%
No contestó	25%						4.16%
Total							99.97%

El 47.66% de los encuestados respondió, que por medio de las plataformas y redes sociales como página web y WhatsApp, se transmiten los mensajes en el POLISAL. Por otro lado, un 30.33% contestó, que lo hace a través de los medios formales como comunicados y circulares. Y, por último, un 2.66% contestó que por medio de los canales informales como chismes y comentarios se transmiten los mensajes, pero en el más mínimo porcentaje.

**9. ¿De qué manera cree que se da la comunicación en el POLISAL?**

Pregunta 9	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Descendente	25%	31%	12%	5%	50%	40%	27.16%
Ascendente	20%	19%	-	10%	-	20%	11.5%
Horizontal	20%	-	13%	-	25%	-	9.6%
Todas las anteriores	10%	25%	31%	30%	25%	20%	23.5%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	5%	-	20%	4.16%
No sé	15%	25%	44%	50%	-	-	22.33%
No contestó	10%	-	-	-	-	-	1.6%
Total							99.85%

El 27.16% de los encuestados contestó, que de manera descendente se da la comunicación en el POLISAL. También un 23.5% respondió que por medio de todas las anteriores y un 22.33% respondió que no sabe de qué manera se da la comunicación en el POLISAL. En cambio, un 11.5% respondió, que se da de manera ascendente. Y un 9.6% contestó, que la comunicación se da de forma horizontal. Y, por último, un 1.6% no contestó.

**10. ¿Qué tipo de instancia comunicacional formal se utiliza en el POLISAL?**

Pregunta 10	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno I	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Formal	55%	63%	37%	30%	25%	60%	45%
Plataformas y redes sociales	10 %	6%	19%	20%	25%	20%	16.66%
Todas las anteriores	20%	25%	6%	25%	50%	20%	24.33%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	
No sé	10%	6%	38%	20%	-	-	12.33%
No contestó	5%	-	-	5%	-	-	1.66%
Total							99.98%

Un 45% de los encuestados contestó que, a través, de los medios tradicionales como revistas y comunicados se da la comunicación formal. En cambio, un 24.33% respondió que por medio de todas las anteriores. Por otro lado, un 16.66% respondió, que por medios de las plataformas y redes sociales como llamadas telefónicas se da la comunicación formal. Y Otro 12.33% contestó que no sabe cómo se da la comunicación formal.

**11. ¿Qué tipo de instancia comunicacional informal se utiliza en el POLISAL?**

Pregunta 11	Bioanálisis	Enfermería en Salud pública	Enfermería Materno I	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Chismes	-	13%	-	5%	-	-	3%
Rumores	10%	13%	6%	10%		40%	13.16
Comentarios	35%	25%	6%	10%	50%	40%	27.66
La información se transmite sin autorización	5%	6%	-	5%	-	20%	6%
Algunas personas no reciben la información completa	10%	-	31%	15%	-	-	9.33%
Todas las anteriores	15%	25%	7%	20%	25%	-	15.33 %
Ninguna de las anteriores	15%			20%	25%	-	10%
No sé	5%	18%	50%	15%	-	-	14.66 %
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.97 %

El 27.66% de los encuestados respondió que por medio de los comentarios es el tipo de instancia comunicacional informal que se utiliza en el POLISAL. También, un 15.33% contestó, que por medio de todas las anteriores En cambio un 14.66% respondió que no sabe qué tipo de instancia utilizan. Y un 13.16% contestó que por medio de rumores se da la comunicación informal.

**12. ¿Cómo se comunican mayormente entre los departamentos Enfermería Materno Infantil, Enfermería en Salud Pública, Bioanálisis y Fisioterapia?**

Pregunta 12	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	45%	38%	37%	35%	50%	-	34.16%
Informal	5%	12%	-	5%	-	-	3.66%
Plataformas y redes sociales	-	6%	50%	10%	50%	80%	32.66%
Todas las anteriores	15%	25%	-	20%	-	-	10%
Ninguna de las anteriores	-	-	6%	5%	-	-	1.83%
No sé	35%	19%	7%	25%	-	20%	17.66%
No contestó	-	-	-	-	-	-	-
Total							99.97%

El 34.16% de los encuestados respondió, que por medio de las instancias formales como comunicados y comunicación interpersonal es como mayormente se comunican entre las carreras de enfermería en salud pública, enfermería materno infantil, Bioanálisis y fisioterapia. En cambio, un 32.66% contestó, que a través de las plataformas y redes sociales como correos electrónicos y llamadas telefónicas es como mayormente se comunican dichas carreras. Por otro lado, un 17.66% respondió que no sabe cómo se comunican mayormente estas carreras. También un 3.66% respondió que por medio de las instancias informales se comunican estas carreras, pero en un porcentaje bajo.

**13. ¿Cómo se comunican generalmente su departamento académico con secretaría académica?**

Pregunta 13	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	60%	57%	38%	55%	100%	40%	58.33%
Informal	5%	-	-	5%	-	-	1.66%
Plataformas y redes sociales	5%	6%	32%	-	-	60%	17.16%
Todas las anteriores	5%	6%	-	10%	-	-	3.5%

Pregunta 13	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Ninguna de las anteriores	5%	-	5%	-	-	-	1.66%
No sé	20%	31%	25%	30%	-	-	17.66%
No contestó	-	-	-	-	-	-	-
Total							99.97%

El 58.33% de los encuestados contestó que por medio de las instancias formales como comunicados y comunicación interpersonal, se comunican generalmente su departamento académico con secretaria académica. En cambio, un 17.66% respondió que no sabe que como se comunican. Y otro 17.16% que, por medio de las plataformas y redes sociales como correos electrónicos y llamadas telefónicas, se comunican mayormente. También, un 1.66% que, a través de los medios informales, pero en un porcentaje menor.

**14. ¿Cómo cree usted que se comunica la encargada de registro académico con secretaría académica?**

Pregunta 14	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	45%	70%	24%	55%	100%	20%	52.33%
Informal	-	-	-	-	-	-	-
Plataformas y redes sociales	15%	12%	38%	-	-	60%	20.83%
Todas las anteriores	5%	6%	-	10%	-	-	3.5%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	5%	-	-	0.83%
No sé	30%	12%	38%	30%	-	20%	21.66%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.98%

El 52.33% de los encuestados respondió que creen que por medio de las instancias formales como comunicados y cartas membretadas, se comunica la encargada de registro académico con secretaría académica. En cambio, un 21.66% respondió que no sabe cómo se comunica la encargada de registro académico con secretaría académica. Por otro lado, un 20.83% considera que, a través de las plataformas y redes sociales como correos electrónicos y llamadas telefónicas, se comunican.

**15. ¿Cómo percibe que se comunica la secretaría académica con el director del POLISAL?**

Pregunta 15	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	90%	69%	37%	65%	75%	60%	66%
Informal	-	6%	-	-	-	-	1%
Plataformas y redes sociales	-	13%	56%	15%	25%	40%	24.83
Todas las anteriores	5%	6%	-	5%	-	-	2.66%
Ninguna de las anteriores	5%	-	-	-	-	-	0.83%
No sé	-	6%	6%	15%	-	-	4.5%
No contestó	-	-	-	-	-	-	-
Total							99.82%

El 66% de los encuestados contestó, que perciben que a través de las instancias formales como por medio de comunicados y reuniones, se comunica secretaría académica con el director del POLISAL. Por otro lado, un 24.83% respondió, que perciben que se comunican a través de las plataformas y redes sociales como correos electrónicos y llamadas telefónicas. También un 1% contestó que perciben que se comunican a través de las instancias informales, pero en un porcentaje mínimo.

**16. ¿Cuáles son las formas comunicacionales con las que obtiene información académica de su carrera?**

Pregunta 16	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	75%	75%	61%	60%	50%	80%	66.83%
Informal	-	-	-	-	-	-	-
Plataformas y redes sociales	5%	12%	31%	30%	50%	-	21.33%
Todas las anteriores	20%	6%	-	-	-	20%	7.66%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	-
No sé	-	6%	6%	10%	-	-	3.66%

Pregunta 16	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
No contestó	-	-	-	-	-	-	
Total							99.48%

El 66.83% de los encuestados respondió que las formas con las que obtiene información académica de su carrera son por medio de las instancias formales como por medio del docente y director de la carrera. Por otro lado, un 21.33% obtiene información a través de las plataformas y redes sociales, como la página web de la UNAN y Facebook. Y por último, un 3.66% respondió que no sabe.

**17. ¿Considera usted que, actualmente, el POLISAL hace uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información para transmitir mensajes desde la dirección hasta los estudiantes?**

Pregunta 17	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Subtotal
Si	50%	50%	56%	65%	75%	100%	66%
No	15%	25%	19%	10%	25%	-	15.66%
No sé	25%	19%	19%	25%	-	-	14.66%
No contestó	10%	6%	6%	-	-	-	3.66%
Total							99.98%

El 66% de los encuestados contestó que si consideran que actualmente el POLISAL hace uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información para transmitir los mensajes desde la dirección hasta los estudiantes. Por otro lado, un 15.66% contestó que no hacen uso de las nuevas tecnologías de comunicación. En cambio, un 14.66% respondió que no saben.

**Conclusión**

**Canales de comunicación**

- ◆ **El 66% de los encuestados contestó que sí consideran que actualmente el POLISAL hace uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información en función de las plataformas digitales y redes sociales, para transmitir los mensajes desde la dirección hasta los estudiantes.**

**Comunicación interpersonal:**

**18. ¿De qué forma se comunica usted con sus compañeros del personal docente?**

Pregunta 18	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	20%	44%	6%	20%	100%	20%	35%
Informal	5%	6%	-	5%	-	-	2.66%
Plataformas y redes sociales	60%	50%	82%	55%	-	80%	54.5%
Todas las anteriores	15%	-	6%	10%	-	-	5.16%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	-
No sé	-	-	6%	10%	-	-	2.66%
No contestó	-	-	-	-	-	-	-
Total							99.98%

Un 54.5% de los encuestado respondió, que a través de las plataformas y redes sociales como llamadas telefónicas y WhatsApp se comunican entre los compañeros del personal docente. Por otro lado, un 35% contestó que entre sus compañeros se comunican mediante instancias formales como comunicación interpersonal y comunicados. También, un 2.66% contestó que se comunican a través de los medios informales, pero en un porcentaje mínimo.

**19. ¿De qué forma se comunica usted con sus compañeros del personal administrativo?**

Pregunta 19	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	75%	50%	57%	35%	75%	20%	52%
Informal	-	12%	-	5%	-	-	2.83%
Plataformas y redes sociales	10%	38%	31%	40%	25%	80%	37.33%
Todas las anteriores	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Ninguna de las anteriores	5%	-	-	15%	-	-	3.33%
No sé	-	-	12%	5%	-	-	2.83%

Pregunta 19	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.98%

El 52% de los encuestados contestó, que por medio de las instancias formales como comunicados y comunicación interpersonal, se comunican entre los compañeros del personal administrativo. Por otro lado, un 37.33% respondió que a través de las plataformas y redes sociales como llamadas telefónicas y WhatsApp se comunican entre el personal administrativo. Un 2.83% respondió que se comunican por medio de las instancias informales, pero en un porcentaje muy bajo.

**20. ¿De qué forma se comunica usted con el director del POLISAL?**

Pregunta 20	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	50%	75%	31%	25%	75%	80%	56%
Informal	-	-	-	-	-	-	-
Plataformas y redes sociales	15%	6%	12%	35%	-	20%	14.66%
Todas las anteriores	5%	-	-	5%	-	-	1.66%
Ninguna de las anteriores	25%	-	19%	15%	25%	-	14%
No sé	5%	19%	38%	15%	-	-	12.83%
No contestó	-	-	-	5%	-	-	0.83%
Total							99.98%

El 56% de los encuestados respondió, que por medio de las instancias formales como reuniones y comunicación interpersonal se comunican con el director del POLISAL. En cambio, un 14.66% contestó que a través de las plataformas y redes sociales como llamadas telefónicas y correos electrónicos, se comunican con el director. Y un 14% respondió que por ninguna de las anteriores. Mientras que un 12.83% contestó que no sabe por que medio se comunican.

**21. ¿De qué forma se comunica usted como estudiante con su docente?**

Pregunta 21	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	40%	56%	31%	15%	25%	20%	31.16%

*Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud (POLISAL)*

Pregunta 21	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Informal	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Plataformas y redes sociales	45%	43%	56%	80%	75%	60%	59.83%
Todas las anteriores	5%	-	6%	-	-	-	1.83%
Ninguna de las anteriores	5%	-	-	5%	-	-	1.66%
No sé	-	-	7%	-	-	-	1.16%
No contestó	-	-	-	-	-	20%	3.33%
Total							99.8%

El 59.83% de los encuestados contestó que a través de las plataformas y redes sociales como WhatsApp y llamadas telefónicas se comunican como estudiantes con su docente. Por otro lado, un 31.16% respondió que se comunican a través de las instancias formales como comunicación interpersonal y comunicados. En cambio, un 3.33% no contestó. Y un 1.16% no sabe a través de qué medio se comunican. Por último, un 0.83% respondió que por medio de las instancias informales se comunican pero en un porcentaje muy bajo.

Pregunta 22	Bioanálisis	Enfermería en Salud P	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal docente	Personal administrativo	Sub total
Formal	25%	31%	31%	5%	25%	20%	22.83%
Informal	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Plataformas y redes sociales	50%	50%	56%	90%	75%	60%	63.5%
Todas las anteriores	20%	19%	6%	5%	-	-	8.33%
Ninguna de las anteriores	-	-	-	-	-	-	-
No sé	-	-	6%	-	-	-	1%
No contestó	-	-	-	-	-	20%	3.33%
Total							99.82%

El 63.5% de los encuestados respondió que entre compañeros de clases se comunican mediante las plataformas y redes sociales como WhatsApp y correos electrónicos. Por otro lado, un 22.83% contestó que se comunican por medio las instancias formales como comunicación interpersonal y reuniones. Sin embargo, un 1% respondió que no saben a través de qué medio se comunican. Por último, un

0.83% contestó que se comunican por medio de las instancias informales pero en un mínimo porcentaje.

**Conclusiones:**

**Comunicación interpersonal**

- ❖ Un 54.5% de los encuestados respondió que a través de las plataformas y redes sociales como llamadas telefónicas y WhatsApp se comunican entre los compañeros del personal docente. Y, de igual manera, con un 59.83% los estudiantes con sus docentes.
- ❖ El 52% de los encuestados contestó que por medio de las instancias formales como comunicados y comunicación interpersonal, se comunican entre el personal administrativo.

**Comunicación Externa**

**Política de Comunicación Externa**

**23. ¿Posee el POLISAL normas de comunicación externa?**

Pregunta 23	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	40%	38%	25%	20%	25%	40%	31.33 %
No	60%	12%	19%	15%	75%	20%	33.5%
No sé	-	50%	56%	65%	-	40%	35.16 %
Total							99.99 %

El 35.16% del total de encuestados respondió que no sabe si el POLISAL posee normas establecidas de comunicación externa. También, otro 33.5% respondió que el POLISAL no las tiene. Entonces, el 68,66% resultó en desconocimiento de la existencia de dicha norma. Para finalizar, un 31.33% contestó que el POLISAL sí las posee.

**24. ¿Existe un área específica donde se establezcan y regulen estas normas?**

Pregunta 24	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	35%	13%	12%	15%	25%	20%	20%
No	5%	12%	-	-	50%	40%	17.83 %

Pregunta 24	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
No sé	50%	75%	88%	80%	25%	40%	59.66 %
No contestó	10%	-	-	5%	-	-	2.5%
Total							99.99 %

El 59.66% del total de encuestados respondió que no sabe si existe un área específica en la que se establezcan y regulen las normas de comunicación externa. Asimismo, un 17.83% contestó que no existe un área específica que las establezca y regule, dicho esto, el 77.49% de los encuestados no sabe en realidad si existe un área reguladora. De igual forma, un 20% de los encuestados respondió que sí existe dicha área.

**25. ¿En qué momento el personal docente utiliza o cumple estas normas?**

Pregunta 25	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Siempre	10%	25%	12%	10%	25%	-	13.66 %
A veces	70%	31%	63%	60%	-	40%	44
Nunca	15%	38%	25%	15%	-	-	15.5%
No contestó	5%	6%	-	15%	75%	60%	26.83 %
Total							99.99 %

Del total de encuestados, un 44% respondió que el personal docente a veces utiliza o cumple con estas normas de comunicación externa. Un 15.5% contestó que nunca utilizan estas normas de comunicación, por lo tanto, al integrar todos estos resultados se concluye que el 77.46% de los encuestados opina que el personal docente no usa o cumple con estas normas. Es más, un 26.83% prefirió no contestar la interrogante. Por último, solamente un 13.66% respondió que siempre utilizan o cumplen con estas normas.

**26. ¿En qué momento el personal administrativo utiliza o cumple estas normas?**

Pregunta 26	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Siempre	20%	25%	6%	10%	25%	-	12.66 %

Pregunta 26	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
A veces	75%	31%	63%	50%	-	40%	43.16 %
Nunca	5%	38%	25%	20%	-	-	14.66 %
No contestó	-	6%	6%	20%	75%	60%	28.66 %
Total							99.14 %

Un 43.16% de los encuestados contestó que el personal administrativo a veces utiliza o cumple con estas normas de comunicación externa. Otro 14.66% de encuestados respondió que el personal administrativo nunca utiliza estas normas, dicho esto, un 57.82% opina que el personal administrativo no utiliza o cumple con estas normas. Asimismo, un 28.66% prefirió no contestar. Para finalizar, un 12.66% respondió que siempre las utilizan.

**27. ¿Cuenta el POLISAL con un plan de comunicación de crisis?**

Pregunta 27	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	5%	12%	13%	20%	-	60%	18.33 %
No	10%	6%	6%	-	50%	-	12%
No sé	65%	56%	75%	50%	50%	-	49.33 %
No contestó	20%	25%	6%	30%	-	40%	20.16 %
Total							99.82 %

De todos los encuestados un 49.33% contestó que no sabe si el POLISAL tiene un plan de comunicación de crisis. En adición, un 12% respondió que no existe un plan de comunicación de crisis, totalizando este resultado, se entiende que el 61.33% de los encuestados considera que el POLISAL no maneja un plan de crisis. Es más, un 20.16% ni siquiera contestó la interrogante. En cambio, un 18.33% de los encuestados contestó que el POLISAL sí cuenta este plan.

**28. ¿Cuenta el POLISAL con un vocero oficial de comunicación?**

Pregunta 28	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	25%	44%	63%	55%	25%	60%	45.33%
No	15%	6%	6%	-	25%	20%	12%
No sé	45%	50%	31%	35%	25%	20%	34.33%
No contestó	15%	-	-	10%	25%	-	8.33%
Total							99.99%

Un 34.33% reconoció que no sabe si el POLISAL posee un vocero oficial, un 12% contestó que el POLISAL no tiene un vocero oficial, de tal manera que en total un 46.33% del total de encuestados no puede asegurar que el POLISAL posee un vocero oficial, sin embargo, es importante mencionar que el 45% del total de encuestados respondió que el POLISAL sí cuenta con un vocero de comunicación oficial.

**29. En caso de divulgar una información, ¿quién es el que transmite el mensaje?**

Pregunta 29	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
El vocero	10%	6%	6%	10%	-	20%	8.66%
Director POLISAL	5%	6%	6%	20%	-	40%	12.83%
Director de departamento	-	13%	13%	10%	50%	-	14.33%
Profesores	5%	6%	44%	5%	-	-	10%
Secretaría académica	25%	19%	-	-	-	-	7.33%
Sub Dirección Administrativa	-	-	-	-	-	20%	3.33%
Encargado de Comunicación	-	6%	6%	25%	-	-	6.16%

Pregunta 29	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Todas las anteriores	20%	19%	6%	5%	50%	20%	20%
Ninguna de las anteriores	5%	-	-	-	-	-	0.83%
No sé	25%	25%	6%	25%	-	-	13.5%
No contestó	5%	-	13%	-	-	-	3%
<b>Total</b>							<b>99.97 %</b>

El 20% de los encuestados respondió “Todas las anteriores”, opción que incluye al director del POLISAL, a los directores de departamentos, profesores, a secretaría académica, la subdirección administrativa y al encargado de comunicación. Dando a entender realmente que no existe alguien encargado específicamente de divulgar una información a nivel externo. Otro 13.5% reconoció que realmente no sabe quién es el que transmite el mensaje. Por otra parte, un 14.33% contestó que el que transmite el mensaje es el director del departamento encargado o al que pertenece la información. Un 12.83% respondió que el que transmite el mensaje es el director del POLISAL. Cabe recalcar que el director del POLISAL y los directores de los distintos departamentos presentan una buena proyección, puesto que fueron las 2 opciones que más porcentaje tienen luego de “Todas las anteriores” y “No sé”, asimismo, es importante tener en cuenta que estos son los que se presentan más abiertos a los estudiantes de recibir o brindar información. Según los encuestados, los profesores son los que transmiten el mensaje con un 10%.

### **30. ¿A través de qué medio se transmite el mensaje?**

Pregunta 30	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Formal	35%	32%	19%	5%	-	80%	28.5%
Plataforma digital y redes sociales	25%	56%	43%	55%	75%	20%	45.66 %
Todas las anteriores	30%	6%	6%	10%	25%	-	12.83 %
Ninguna de las anteriores	-	-	13%	5%	-	-	3%
No sé	10%	6%	19%	25%	-	-	10%

Pregunta 30	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Total							99.99 %

Del total de encuestados un 45.66% está de acuerdo en que el medio por el cual se transmite el mensaje es mediante la plataforma digital y las redes sociales (correo electrónico, página web UNAN, Facebook, YouTube, entre otros). Este resultado demuestra el interés que tiene el POLISAL en el uso de las nuevas tecnologías, pues es a través de ellas que transmite su mensaje, con el uso de la red social Facebook que sirve como prueba para reafirmar el estudio Latin American Communication Monitor (LCM) 2016-2017 que presenta como resultado que a nivel latinoamericano los profesionales utilizan a los social media (83%) como canales e instrumentos más importantes. Asimismo, un 28.5% respondió que el mensaje se trasmite por medios formales tales como cartas membretadas, circulares, memorandos, notas informativas, etc. Un 12.83% contestó que el medio es todas las anteriores, tanto formales como plataformas digitales y redes sociales. Un 10% respondió que no sabe realmente cuál es el medio y solamente un 3% dijo que ninguna de las opciones que se les dio es la real.

**31. ¿Existe algún medio que se utilice para divulgar la labor del POLISAL?**

Pregunta 31	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	70%	75%	44%	45%	100%	80%	69%
No	25%	6%	25%	5%	-	20%	13.5%
No sé	5%	19%	31%	50%	-	-	17.5%
Total							100%

Un 69% de los encuestados reconoció que sí existe un medio mediante el cual se divulga la labor del POLISAL, el resultado es importante, pues demuestra que el POLISAL sí hace uso de los distintos medios para divulgar su labor. En cambio, un 17.5% respondió que no sabe si existe y, para terminar, un 13.5% contestó que no existe un medio para tal cosa, dando a entender de que existe un 31% de encuestados que no conoce sobre la existencia de un medio encargado de divulgar tal labor.

**32. ¿Qué tipo de medio utiliza el POLISAL para divulgar su labor?**

Pregunta 32	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Feria	15%	19%	6%	20%	-	40%	16.66 %
Campaña	-	6%	-	-	-	-	1%

*Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud (POLISAL)*

Pregunta 32	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Jornada educativa	5%	19%	12%	10%	-	20%	11%
Revista	20%	6%	-	5%	-	-	5.16%
Semanario	-	-	19%	-	-	-	3.16%
Todas las anteriores	35%	25%	19%	30%	50%	-	26.5%
Ninguna de las anteriores	5%	-	-	5%	50%	20%	13.33%
No sé	20%	25%	44%	30%	-	20%	23.16%
Total							99.97%

Del total de encuestados un 26.5% dijo que se utilizan todos los medios (feria, campaña, jornada educativa, revista y semanario) para divulgar la labor del POLISAL. Asimismo, es importante recalcar que el medio más utilizado para divulgar la labor es mediante ferias (16.66%) y, en segundo lugar, la jornada educativa con 11%, lo cual representa una interacción constante entre el instituto y sus estudiantes, asimismo, significa la constante capacitación de los docentes, la administración y el estudiantado, buscando cómo realizar y enseñar la mejor manera posible de realizar su labor. Sin embargo, es importante mencionar que un 23.16% no sabe ni está claro de cuál puede ser el medio que el POLISAL utiliza. En menor cantidad, las otras respuestas fueron, ninguna de las anteriores 13.33%, revista 5.16%, semanario 3.16% y campaña 1%.

**33. ¿Hacia quién está dirigido el medio que divulga el POLISAL?**

Pregunta 33	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Estudiantes	5%	38%	13%	10%	-	-	11%
Docentes	-	-	-	5%	-	-	0.83%
Personal administrativo	-	-	5%	-	-	20%	4.16%
Público en general	15%	12%	-	5%	50%	20%	17%
Todas las anteriores	70%	44%	69%	55%	50%	60%	58%
No sé	10%	6%	13%	20%	-	-	8.16%
No contestó	-	-	-	5%	-	-	0.83%

Pregunta 33	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona Docente	Personal Administrativo	Sub total
Total							99.98 %

Más de la mitad (58%) contestó que el medio que divulga el POLISAL está dirigido hacia los estudiantes, los docentes, el personal administrativo y el público en general, lo cual resulta adecuado, pues cubren todos sus públicos, tanto interno como externo y refuerzan su imagen institucional. En cambio, solamente un 17% considera que está dirigido al público en general, un 11% a estudiantes, demostrando que el POLISAL brinda atención a su público externo al mantener un balance entre los estudiantes y el público en general con una diferencia de un 6%. Un 8.16% respondió que no sabe y un 4.16% dice que está dirigido al personal administrativo. Por último, un 0.83% considera que está dirigido a docentes y otro 0.83% no contestó.

### 34. ¿Quién elabora el medio divulgado por el POLISAL?

Pregunta 34	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona Docente	Personal Administrativo	Sub total
Dirección general	5%	19%	25%	20%	-	60%	21.5%
Profesores	-	6%	-	-	-	-	1%
Secretaría académica	10%	-	6%	-	-	-	2.66%
Subdirección administrativa	-	-	-	-	-	20%	3.33%
Encargado de comunicación	15%	13%	13%	35%	75%	-	25.16 %
Estudiantes	-	6%	-	-	-	-	1%
Todas las anteriores	25%	6%	6%	-	-	-	6.16%
No sé	40%	50%	50%	45%	25%	20%	38.33 %
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.97 %

El 38.33% de los encuestados respondió que no sabe quién es el que hace el medio para divulgar la labor del POLISAL y, es realmente llamativo, puesto que lo mejor fuese que todos, tanto público interno como externo lo supiesen y estuvieran al tanto de la actividad que se realiza en el POLISAL semana con semana. Un 25.16% aseguró que la persona que realiza este medio es el encargado de comunicación y sí debería ser él, sin embargo, una buena cantidad de personas lo desconoce. En tercer lugar, se encuentra dirección general, con un 21.5%.

## Conclusiones

### Política de Comunicación Externa

1. El 68,66% resultó en desconocimiento de la existencia de normas establecidas de comunicación externa. Asimismo, el 77.49% de los encuestados no sabe en realidad si existe un área reguladora.
2. El 77.46% de los encuestados opina que el personal docente no usa o cumple con estas normas de comunicación externa. De igual manera, un 57.82% opina que el personal administrativo no utiliza o cumple con dichas normas.
3. Un 46.33% del total de encuestados no puede asegurar que el POLISAL posea un vocero oficial.
4. El principal encargado de transmitir un mensaje según los encuestados es el director del departamento encargado o al que pertenece la información con un 14.33%, por encima del director del POLISAL con un 12.83%.
5. Del total de encuestados un 45.66% está de acuerdo en que el medio por el cual se transmite el mensaje es mediante la plataforma digital y las redes sociales (correo electrónico, página web UNAN, Facebook, YouTube, entre otros).

### Extensión

**35. ¿Sabe usted que como parte de la extensión universitaria del POLISAL, este cuenta con Prácticas de Formación Profesional en Hospitales y Centros de Salud del MINSA, así como en centros y hospitales privados a nivel nacional?**

Pregunta 35	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona l Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	95%	81%	94%	85%	100%	100%	92.5%
No	5%	19%	6%	15%	-	-	7.5%
Total							100%

El 92.5% del total de los encuestados respondió que sí conocen que el POLISAL cuenta con prácticas de formación en hospitales tanto públicos como privados y centros de salud del MINSA, demostrando así que brindan información a su estudiantado desde el momento en que éstos se matriculan. Sin embargo, un 7.5% respondió que no sabía, lo cual es curioso, puesto que la todos los estudiantes encuestados fueron de III año de su carrera para adelante, lo cual deja entrever que existe un pequeño porcentaje el cual no conocía las prácticas de formación en algunos hospitales y centros de salud.

**36. ¿Conoce usted la existencia un convenio del POLISAL a nivel nacional o internacional?**

Pregunta 36	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	70%	75%	75%	75%	100%	80%	79.16 %
No	30%	25%	25%	25%	-	20%	20.83 %
Total							99.99 %

Un 79.16% de todos los encuestados contestó que sí conoce de la existencia de un convenio del POLISAL a nivel nacional e internacional, lo cual resulta imprescindible al estudiar en un instituto tal como el POLISAL, asimismo, es importante que tanto el público interno como externo tengan el conocimiento de cada convenio que posee, pues forma parte de la extensión universitaria, la cual es una forma transmitir y poner en práctica lo aprendido en la universidad ayudando, al mismo tiempo, a la comunidad en general. Por otro lado, un 20.83% dijo que no sabe de la existencia de un convenio.

**37. ¿Conoce usted los hospitales con los cuales el POLISAL tiene alianzas?**

Pregunta 37	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	80%	94%	56%	90%	100%	60%	80%
No	15%	-	44%	10%	-	40%	18.16 %
No contestó	5%	6%	-	-	-	-	1.83%
Total							99.99 %

Un total del 80% de los encuestados afirmó conocer los hospitales con los cuales el POLISAL tiene alianzas. Por otro lado, un 18.16% contestó que no los conocía y solamente un 1.83% no contestó la interrogante.

**38. ¿Brinda el POLISAL servicios gratuitos a la población en general atiende llamados de emergencias dentro de la UNAN?**

Pregunta 38	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	65%	37%	44%	60%	100%	60%	61%
No	-	63%	19%	10%	-	20%	18.66 %

Pregunta 38	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
No sé	35%	-	37%	30%	-	20%	20.33 %
Total							99.99 %

Un 61% reconoció que el POLISAL sí brinda servicios gratuitos a la población en general. Un 20.33% aseguró no saber y un 18.66% contestó que el POLISAL no brinda servicios gratuitos a la comunidad, al integrar estos resultados, se obtiene que el 38.99% no está claro de si el instituto brinda servicios gratuitos como parte de su extensión.

## Conclusiones

### Extensión

1. El 92.5% del total de los encuestados respondió que sí conocen que el POLISAL cuenta con prácticas de formación en hospitales tanto públicos como privados y centros de salud del MINSA. Un 79.16% de todos los encuestados contestó que sí conoce de la existencia de un convenio del POLISAL a nivel nacional e internacional.
2. Un total del 80% de los encuestados afirmó conocer los hospitales con los cuales el POLISAL tiene alianzas. Un 61% reconoció que el POLISAL sí brinda servicios gratuitos a la población en general.

### Imagen

#### 39. ¿Considera usted que el POLISAL hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen?

Pregunta 39	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	65%	44%	56%	70%	100%	80%	69.16 %
No	15%	38%	13%	15%	-	20%	16.83 %
No sé	20%	18%	31%	15%	-	-	14%
Total							99.99 %

Un 69.16% respondió que el POLISAL sí hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen y, anteriormente, ya se había aclarado lo mismo, pues una buena parte de los medios por los cuales transmiten sus mensajes resultaron ser plataformas digitales y redes sociales. Otro 16.83% considera que no hacen uso y un 14% asegura no saber si utilizan o no. Como dato interesante, en total, el 30.83% de los encuestados considera que el instituto no hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen.

**40. ¿A través de qué medios divulga su imagen el POLISAL?**

Pregunta 40	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Formal	20%	6%	5%	5%	-	20%	9.33%
Plataformas digitales y redes sociales	15%	56%	51%	45%	75%	60%	50.33%
Todas las anteriores	55%	13%	19%	35%	25%	20%	27.83%
No sé	5%	25%	25%	15%	-	-	11.66%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.98%

El 50.33% de los encuestados certificó que el medio que utiliza el POLISAL para divulgar su imagen son las plataformas digitales y redes sociales, demostrando una vez más en el mismo documento, que el instituto tiene como instrumento principal los social media tal y como se refleja en el Latin American Communication Monitor (LCM) 2016-2017 a nivel latinoamericano. Por otro lado, un 27.83% aseguró que se utilizan tanto medios formales como digitales. Solamente un 11.66% dijo no saber el medio mediante el cual se divulga la imagen del POLISAL.

**41. Al momento de emitir un mensaje, ¿se utiliza una plantilla con la identidad gráfica de la institución?**

Pregunta 41	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	70%	63%	75%	65%	100%	100%	78.83%
No	10%	6%	-	5%	-	-	3.5%
No sé	20%	31%	25%	30%	-	-	17.66%
Total							99.99%

Tanto estudiantes como docentes y administrativos (78.83%) reconocen que al momento de emitir un mensaje se utiliza una plantilla con la identidad gráfica que no viene más que a reforzar la imagen institucional que se interioriza y exterioriza a sus públicos, dándoles de esa manera un sentido de pertenencia con el POLISAL. Por otro lado, un 17.66% de los encuestados dice no saber si en realidad se utiliza la

plantilla y solamente un 3.5% aseguró que no la utilizan para nada, totalizando este resultado, se obtiene que un 21.16% considera que no se utiliza la plantilla mencionada.

**42. ¿Conoce usted algún tipo de contenido visual, auditivo o audiovisual en el que se proyecte la imagen y labor del POLISAL?**

Pregunta 42	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	75%	63%	63%	60%	100%	60%	70.16 %
No	25%	37%	37%	40%		40%	29.83 %
Total							99.99 %

El 70.16% de los encuestados sí conoce algún tipo de contenido visual, auditivo o audiovisual, resultado que se puede comprender como el uso correcto de productos multimedia con el objetivo de divulgar la imagen y labor que realiza el POLISAL ante su público interno y externo. En cambio, un 29.83% afirmó todo lo contrario.

**43. ¿Considera que el POLISAL debería de tener una página web?**

Pregunta 43	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	65%	88%	94%	85%	50%	100%	80.3%
No	10%	-	6%	5%	25%	-	7.66%
No sé	5%	6%	-	10%	25%	-	7.66%
No contestó	20%	6%	-	-	-	-	4.33%
Total							99.95 %

En general, los encuestados (80.3%) consideran que el POLISAL sí debe de tener una página web exclusiva del mismo, que cuente con su misión, visión, objetivos, brinde información de las distintas carreras que se enseñan, presente noticias relacionadas al POLISAL, campañas, jornadas, etc. Por otro lado, respondieron “No” y “No sé”, ambas opciones con 7.66% totalizándolas en un 15.32%.

**44. ¿Conoce la existencia de la fanpage del POLISAL en Facebook?**

Pregunta 44	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Sí	70%	50%	63%	70%	50%	60%	60.5%

*Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud (POLISAL)*

Pregunta 44	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
No	30%	50%	37%	30%	50%	40%	39.5%
Total							100%

Un 60.5% del total de encuestados conoce la página de Facebook del POLISAL, el otro 39.5% no la conoce, no la utiliza, sin embargo, no solamente por eso deja de ser un público apto para la transmisión de mensajes mediante Facebook.

**45. ¿Cada cuánto considera usted que deben de actualizarse las redes sociales del POLISAL?**

Pregunta 45	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Diario	40%	56%	38%	65%	-	100%	49.83 %
Cada 2 días	-	-	6%	5%	-	-	1.83%
Cada 3 días	5%	-	-	-	25%	-	5%
Semanal	30%	25%	44%	15%	50%	-	27.33 %
Una vez cada 2 semanas	-	6%	-	-	-	-	1%
Una vez al mes	5%	6%	6%	10%	25%	-	8.66%
Ninguna de las anteriores	-	6%	-	-	-	-	1%
No sé	15%	-	6%	5%	-	-	4.33%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.81 %

El 49.83% del total de encuestados respondió que las redes sociales del POLISAL deberían actualizarse diariamente, por lo que no está muy lejos del pensamiento latinoamericano, que piensa y considera que los social media y las nuevas tecnologías son parte imprescindible para divulgar y dar a conocer la imagen de una institución tal como el POLISAL. Por otro lado, un 27.33% consideró que actualizar sus redes sociales semanalmente es la mejor opción, sin embargo, si de verdad quiere crearse una relación y un sentido de pertenencia con cada público, lo mejor sería actualizarlas diariamente.

**46. ¿Cómo cree usted que es la imagen que proyecta el POLISAL?**

Pregunta 46	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Excelente	10%	25%	24%	15%	50%	60%	30.66 %
Buena	35%	56%	38%	65%	50%	40%	47.33 %
Regular	45%	13%	38%	20%	-	-	19.33 %
Mala	5%	6%	-	-	-	-	1.83%
Pésima	-	-	-	-	-	-	-
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.98 %

De todos los encuestados un 47.33% contestó que la imagen que proyecta el POLISAL es buena y otro 30.66% consideró que es excelente, debido a estos porcentajes, puede decirse que en general el POLISAL goza de una percepción positiva (77.99%) en cuanto a la imagen que divulga, vista tanto desde un público interno como externo. Por otro lado, un 19.33% respondió que la proyección de su imagen es regular, ni buena ni mala y, en adición a esto, un 1.83% la considera mala en cuanto a imagen se refiere.

**47. ¿Cómo considera el funcionamiento del POLISAL?**

Pregunta 47	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Persona I Docente	Personal Administrativo	Sub total
Excelente	15%	19%	31%	15%	25%	40%	24.16 %
Buena	45%	50%	19%	60%	75%	60%	51.5%
Regular	30%	25%	44%	25%	-	-	20.6%
Mala	5%	6%	-	-	-	-	1.83%
Pésima	-	-	6%	-	-	-	1%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.92 %

El mayor resultado de los encuestados (51.5%) da a entender de que el funcionamiento en el POLISAL es bueno, si se complementa con el 24.26% que contestó "Excelente" se obtiene un resultado positivo de 75.66% por sobre el 20.6% que contestó "Regular" y el 2.83% que brindó una opinión realmente negativa.

**48. ¿Cómo es la atención que brinda el personal administrativo del POLISAL?**

Pregunta 48	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Excelente	5%	18%	6%	5%	25%	40%	16.5%
Buena	40%	44%	63%	50%	75%	60%	55.33%
Regular	45%	38%	31%	45%	-	-	26.5%
Mala	-	-	-	-	-	-	-
Pésima	5%	-	-	-	-	-	0.83%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.99%

Un 55.33% del total de encuestados contestó que la atención que brinda el personal administrativo del POLISAL es buena, si se le integra el 16.5% que contestó “Excelente” se obtiene un resultado óptimo total de 71.83%, dando a entender que existe solamente un 27.33% de encuestados que se encuentran descontentos con respecto a la atención que el instituto brinda.

**49. ¿Cómo es la atención que brinda el personal docente del POLISAL?**

Pregunta 49	Bioanálisis	Enfermería Salud Pública	Enfermería Materno Infantil	Fisioterapia	Personal Docente	Personal Administrativo	Sub total
Excelente	20%	19%	38%	20%	25%	60%	30.33%
Buena	30%	50%	50%	55%	75%	40%	50%
Regular	40%	31%	12%	25%	-	-	18%
Mala	-	-	-	-	-	-	-
Pésima	5%	-	-	-	-	-	0.83%
No contestó	5%	-	-	-	-	-	0.83%
Total							99.99%

Un 80.33% de encuestados considera que la atención brindada por el personal docente es muy buena, lo cual en general demuestra que los encuestados están a gusto con el trato brindado por los docentes. Sin embargo, un total de 18.83% piensa lo contrario.

**Conclusiones**

**Imagen**

1. Un 69.16% respondió que el POLISAL sí hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen. El 50.33% de los encuestados certificó que el medio que utiliza el POLISAL para divulgar su imagen son las plataformas digitales y redes sociales.
2. Un 60.5% del total de encuestados conoce la página de Facebook del POLISAL. El 49.83% del total de encuestados respondió que las redes sociales del POLISAL deberían actualizarse diariamente.

De todos los encuestados un 47.33% contestó que la imagen que proyecta el POLISAL es buena. Un 75.66% considera que el funcionamiento en el POLISAL es bueno. El 71.83% contestó que la atención que brinda el personal administrativo del POLISAL es buena. Un 80.33% de encuestados considera que la atención brindada por el personal docente es muy buena.

## **b) Entrevistas**

### **Director POLISAL**

<b>No.</b>	<b>Componente</b>	<b>Pregunta</b>	<b>Extracto respuesta</b>
1	Política de Comunicación Interna	¿Existe una política de comunicación interna en el POLISAL? ¿Quién se encarga de diseñarla y ponerla en práctica?	Nosotros no tenemos escrita ninguna política, nos regimos mediante divulgación, ellos tienen la política de divulgación. Lo que nosotros hacemos es que actuamos con el consejo de centro, el cual es la máxima autoridad del instituto y está compuesto por los directores de departamentos, la subdirección docente, la secretaría académica, la subdirección administrativa y los gremios. En el consejo de centro se divulgan las tareas que se harán en la semana o en el semestre. La información que viene de rectorado pasa por el consejo de centro y se divulga mediante el correo institucional, el correo personal y el WhatsApp.
1A		¿Qué hace el POLISAL para	Se regula mediante informes que son realizados por los directores de los

		regular el cumplimiento de las políticas internas por parte del personal docente y administrativo?	departamentos y en el caso del director administrativo, la administración es la que regula al trabajador administrativo, al trabajador docente lo regulan los directores de departamento. Hay actividades a las que no asistimos todos porque priorizamos la actividad académica.
1B		¿Cómo divulga el POLISAL su política de comunicación interna?	Tenemos un divulgador, tiene un grupo de WhatsApp y comunicación con Divulgación. Todas las actividades que se realizarán o se realizan se suben al Facebook del POLISAL o al de la UNAN, él divulga todas las carreras del POLISAL.
3	Canales de Comunicación	¿Cómo utiliza el POLISAL los canales de comunicación como plataformas digitales y redes sociales?	Primeramente, el Facebook, WhatsApp y los correos institucionales y personales son los más utilizados porque cuando se debe de divulgar algo va desde la dirección hasta cada uno de los docentes, es algo que se utiliza frecuentemente. También hacemos uso de los murales, aunque no sean un medio digital y llegue menos, para comunicar algunas actividades o comunicados. Asimismo, hacemos uso de las utilidades de la universidad en divulgación.
3A	Canales de Comunicación	¿Qué recursos tecnológicos utilizan para poner en práctica estos canales?	Las TIC, tecnologías de la información y la comunicación. Por lo general, todos los docentes tienen acceso a internet y antes todos tenían su computadora, a raíz de lo que pasó, algunas

			computadoras son utilizadas por 2 maestros, pero siempre con internet; también el celular, es el que más se utiliza por los distintos grupos de WhatsApp en los que se encuentran la mayoría de los trabajadores administrativos y docentes, la mayor parte de las actividades se divulgan por ahí.
3B		¿Cómo se aseguran o se dan cuenta si la información llega correctamente por medio de los distintos canales de comunicación?	En el caso de este medio (WhatsApp), el encargado de divulgación me pide consentimiento y aprobación antes de publicar algo, yo lo leo y lo autorizo. Nos damos cuenta porque la información es publicada en los grupos de WhatsApp y todo aquel que está en el grupo lo puede ver. Los que no tienen WhatsApp son invitados por otros mediante la comunicación interpersonal.
5	Comunicación Interpersonal	¿Cómo usa el POLISAL los canales formales para que el mensaje llegue hasta cada uno y no se transmita mediante los canales informales?	El canal es el consejo de centro, la secretaria académica pasa la información a todos los concejales (representante administrativo, representante docente y directores de departamentos, subdirector administrativo y sindicato) y tienen la obligación de pasárselos a sus bases, pasan la información por WhatsApp y por correo electrónico. También están las reuniones de los consejos técnicos que se realizan los lunes luego de la reunión del consejo universitario que se reúne los viernes, así pues, cada

			director de departamento se reúne con sus docentes.
6	Política de Comunicación Externa Política de Comunicación Externa	¿Existe una política de comunicación externa en el POLISAL? ¿Quién la utiliza y cuándo?	La información sale vía Divulgación y existe la comunicación externa de parte de las directoras con los entes donde estamos trabajando. Con el Ministerio de Salud (MINSA) tenemos la subdirección docente, encargada de hacer las coordinaciones de las prácticas, de las investigaciones, pero también los directores de departamentos, ellos hacen su política de comunicación con el envío de cartas o WhatsApp a las entidades en las que nuestros estudiantes hacen prácticas, donde participan en congresos. También tenemos comunicación con las asociaciones y con el MINSA, con Cruz Roja. Para que los estudiantes puedan hacer sus prácticas el MINSA debe autorizarlo, primeramente, la subdirección docente toma todas las cartas de departamentos y las traslada al ministerio, en donde la del SILAIS autoriza a los practicantes para que entren. Una vez que está la autorización nos movemos a cada centro u hospital.
7		¿Cómo hace el POLISAL para divulgar su labor a la comunidad universitaria?	A través del Facebook de la UNAN y del POLISAL. Realizamos actividades de tipo académicas como talleres, seminarios, las prácticas de formación profesional, las defensas, ferias, etc. Las ferias son parte de los currículums de

			cada carrera. Todo el quehacer se divulga mediante las redes sociales
8		¿Cuenta el POLISAL con un plan de crisis?	No, no tenemos un plan de crisis, tenemos un plan de emergencia que es el de la universidad, ante cualquier movimiento telúrico o desastre natural. No tenemos nada escrito.
10	Extensión	Actualmente, ¿qué convenios y alianzas tiene el POLISAL a nivel nacional e internacional?	Existen muchos, primero el MINSA, tenemos convenio con el Hospital Carlos Roberto Huembes, estamos en proceso de firmar un convenio con SERMESA, existe otro convenio con el hospital Vivian Pellas, con Pajarito Azul, Fundación UNO, con la FRATER, a nivel internacional tenemos convenios académicos con universidades en Japón, la Universidad de Valencia, Cruz Roja Internacional, la Universidad de Pittsburgh y vamos a firmar algunos otros.
10B		Además de las prácticas, ¿qué otro vínculo se forma entre los estudiantes y el hospital?	Están los voluntariados, el MINSA nos pide estudiantes y los muchachos van a cubrir a Emergencias, también cuando hay vacunación y no tienen suficiente personal, nos piden.
11		¿Brinda el POLISAL servicios a la población en general y a la comunidad universitaria?	Sí, tenemos el servicio de fisioterapia, pagan una cantidad mínima, tenemos servicios de laboratorio y biología molecular para la detección de anemias y leucemias. Estos servicios se hacen porque en el país no se realizan, por ejemplo, la detección de leucemia en

		¿De qué manera y por qué?	Costa Rica vale \$450 y aquí lo hacemos por \$150 solamente; aparte de la diferencia también se ahorra el traslado a otro país, los trámites, un familiar de acompañante, etc., es más que todo por un beneficio a la población. Se realizan tomas de Papanicolaou, se dan charlas nutricionales, atención nutricional a deportistas en convenio con el Comité Olímpico Nicaragüense. Todos estos servicios se brindan por extensión, en beneficio de la población.
12	Imagen	¿Qué hace el POLISAL para proyectar su imagen como instituto a nivel universitario, nacional y centroamericano?	A nivel centroamericano tenemos una maestría internacional con doble titulación en Fisioterapia y Ortopedia. Tenemos un curso con una doctora cubana que está impartiendo el curso de biomecánica y en una maestría hay dos hondureños. También tenemos un curso de Licenciatura en Fisioterapia que se está impartiendo en Honduras. También existe una maestría en Enfermería en docencia, en la que participan enfermeras del MINSAL y de las escuelas de enfermería y un diplomado en Hematología donde asisten trabajadores profesionales del MINSAL.
13		¿Qué medios comunicacionales utiliza para proyectar la imagen del POLISAL?	Ambas, por ejemplo, la comunicación con la OPS (Organización Panamericana de la Salud) se hace por las dos vías, se solicita colaboración por carta y por medios digitales.

		¿Formales o plataformas digitales y redes sociales?	
--	--	---	--

## **Conclusiones de entrevista Directivo POLISAL**

### **Comunicación interna**

#### **Política de comunicación interna**

1. El POLISAL no cuenta con una política de comunicación interna propia, puesto que se rige mediante la política de divulgación de la universidad.
2. El cumplimiento de la política interna es regulado mediante informes realizados por los directores de departamento.
3. El POLISAL divulga su política de comunicación interna por medio de las redes sociales y Divulgación de la UNAN-Managua.

#### **Canales de información**

4. Los canales más utilizados por el POLISAL son Facebook, WhatsApp y los correos institucionales y personales; también hacen uso de murales informativos.
5. Generalmente se utilizan las computadoras y celulares como recursos tecnológicos para comunicarse.
6. El POLISAL se asegura de que la información se transmita correctamente a través de un grupo de WhatsApp, en el cual se encuentra la mayoría de los trabajadores administrativos y docentes.

#### **Comunicación interpersonal**

7. Primeramente, el consejo de centro es el encargado de transmitir la información a sus bases, quienes pasan la información mediante WhatsApp y correos electrónicos. De igual forma, los consejos técnicos realizan reuniones semanales y, posteriormente, el director de cada departamento se reúne con sus docentes.

## **Comunicación Externa**

### **Política de comunicación externa**

8. Existe una política de comunicación externa en el momento en que los directores de departamento se comunican mediante cartas o WhatsApp con la subdirección docente de las entidades en las que los estudiantes realizan sus prácticas.
9. El POLISAL divulga su labor a la comunidad universitaria mediante talleres, seminarios, las prácticas de formación profesional, defensas, ferias etc.
10. El POLISAL no cuenta con un plan de crisis.

### **Extensión**

11. El instituto posee muchos convenios: a nivel nacional con el MINSA, con el Hospital Carlos Roberto Huembes, el Vivian Pellas, con Pajarito Azul, Fundación UNO, la FRATER, el Comité Olímpico Nicaragüense, etc.; a nivel internacional con universidades en Japón, la Universidad de Valencia, Cruz Roja Internacional, la Universidad de Pittsburgh, entre otros.
12. Otro vínculo que crean los estudiantes aparte de las prácticas con los hospitales son los voluntariados.
13. El POLISAL sí brinda servicios a la población en general y a la comunidad universitaria como parte de su extensión con servicios de fisioterapia, de laboratorio y biología molecular para la detección de anemias y leucemias. También se realizan tomas de Papanicolaou y se dan charlas nutricionales.

### **Imagen**

14. Para proyectar su imagen a nivel nacional cuenta con una maestría en Enfermería en docencia, en la que participan enfermeras del MINSA y de las escuelas de enfermería y un diplomado en Hematología donde asisten trabajadores profesionales del MINSA; a nivel centroamericano tiene un curso de biomecánica y una maestría internacional con doble titulación en Fisioterapia y Ortopedia.
15. El POLISAL utiliza ambos medios, tanto formales como plataformas digitales y redes sociales para proyectar su imagen.

**Encargado de Comunicación y Divulgación POLISAL**

No.	Componente	Pregunta	Extracto respuesta
1		¿Existe una política de comunicación interna en el POLISAL? ¿Quién se encarga de diseñarla y ponerla en práctica?	El POLISAL, está adscrito a la UNAN-Managua, esto significa que el POLISAL cuenta con parte de las políticas que emite el órgano universitario, a partir de esto se da el flujo de comunicación del POLISAL, regido por el consejo de centro constituido por el director del POLISAL, subdirector docente y administrativo, secretario académico, luego continúan directores de departamentos y coordinadores.
1A	Política de Comunicación Interna	¿Qué hace el POLISAL para regular el cumplimiento de las políticas internas por parte del personal docente y administrativo?	Cada jefe de área regula el cumplimiento de las normas mediante informes, cartas, correos y reuniones paulatinas, también, a través de WhatsApp se brinda un informe o comunicado. Es importante mencionar que cada vez que se entrega una carta se firma una copia de recibido.
1B		¿Cómo divulga el POLISAL su política de comunicación interna?	A través de mí, soy encargado de divulgar la información de actividades mediante el grupo de WhatsApp y otros medios como la página de Facebook.
3	Canales de Comunicación	¿Cómo utiliza el POLISAL los canales de comunicación como plataformas digitales y redes sociales?	La única plataforma digital activa del POLISAL es una fan page en Facebook llamada POLISAL UNAN-Managua en la que se publica toda la información del instituto dirigida a tres tipos de públicos: estudiantes, docentes y administrativo, y público en general, asimismo, se promocionan cursos, ofertas, programas académicos autosustentables, esta red no solo se usa para informar, si no que también, para generar ingresos para el POLISAL.
3A	Canales de Comunicación	¿Qué recursos tecnológicos utilizan para poner en práctica estos canales?	Básicamente se utilizan las computadoras por los correos electrónicos y los celulares por el grupo de WhatsApp y redes sociales.
3B	Canales de Comunicación	¿Cómo se aseguran o se dan cuenta si la información llega correctamente	Siempre que la correspondencia es enviada mediante los medios formales se firma un recibido, de esa manera administración, subdirección y dirección se dan cuenta de que la información

		por medio de los distintos canales de comunicación?	llegó a su destino, igualmente con el correo.
4	Comunicación Interpersonal	¿Qué hace el POLISAL para que en su comunidad universitaria se dé una comunicación de persona a persona y que les llegue a todos por igual?	Mediante la comunicación interpersonal y siguiendo siempre el organigrama y su canal inmediato, viniendo desde el consejo de centro, pasando por dirección, luego por las subdirecciones de cada departamento (en estas el director de cada departamento transfiere la información a sus coordinadores) y los coordinadores a los maestros quienes a su vez les informan a sus alumnos, de tal manera que todos se comunican y todos obtienen la información por igual.
5		¿Cómo usa el POLISAL los canales formales para que el mensaje llegue hasta cada uno y no se transmita mediante los canales informales?	Es complicado, pero tratamos de mantener la neutralidad de la información siguiendo los mismos canales.
6	Política de Comunicación Externa Política de Comunicación Externa	¿Existe una política de comunicación externa en el POLISAL? ¿Quién la utiliza y cuándo?	El primordial enlace para la política externa es el responsable de comunicación, debido a que es un filtro de información y posiciona positivamente al instituto mediante giras de medios o invitaciones de medios, información en la web y Facebook.
7		¿Cómo hace el POLISAL para divulgar su labor a la comunidad universitaria?	Mediante los estudiantes de (fisioterapia, microbiología, nutrición, enfermería en salud pública, estado crítico, materno infantil) ya estas carreras hacen un servicio social a través de las prácticas de especialización y profesionalización en las que se brindan valoraciones, diagnósticos, etc. de forma gratuita a todo el público y en los hospitales con los que se tiene alianzas. Y siempre dando muestra de esto se publican fotos de las prácticas de los estudiantes, en los diferentes servicios.
8		¿Cuenta el POLISAL con un plan de crisis?	Específicamente de crisis no sino de contingencia, el divulgador actúa en cuanto a la emergencia en cualquier situación y sabe manejar la información.

10	Extensión	Actualmente, ¿qué convenios y alianzas tiene el POLISAL a nivel nacional e internacional?	Uno de nuestro principales convenios es la Asociación Panamericana de la Salud, firmado directamente con la UNAN-Managua, (en el que se incluyen en algunos casos algunas facultades), otros pueden ser directamente con algunas carreras como ICR Moability que fue firmado con la UNAN, para trabajar directamente con fisioterapia, también, se tiene convenios con el MINSA, Ministerio de Educación, Padre Fabretto, Fundación UNO, IPAS Nicaragua, Pajarito azul, entre otros que se incluyen asociaciones.
13		¿Brinda el POLISAL servicios a la población en general y a la comunidad universitaria? ¿De qué manera y por qué?	Si, aunque actualmente este un poco limitado los servicios, pero si se dan a la población y comunidad universitaria, por ejemplo acá en el POLISAL por medio de la clínica de enfermería se le brinda servicios de consejería de planificación familiar (de forma gratuito) a los estudiantes, docentes y administrativo, por otro lado fisioterapia brinda consultas terapéuticas que cuestan 10 dólares, que se pagan en caja, pero el principal recurso que se brinda a la población es cuando se dan las prácticas, todo de forma gratuita, para mejorar la salud de la población nicaragüense.
12	Imagen	¿Qué hace el POLISAL para proyectar su imagen como instituto a nivel universitario, nacional y centroamericano?	A través de los convenios internacionales se proyecta la imagen del POLISAL, a partir de la extensión social cada docente tiene derecho de hacer su investigación científica en la que a partir de sus resultados ellos tienen que promoverlos a través de un artículo científicos, que son mostrados en congresos, y es allí donde se da a conocer la UNAN-Managua, por el sentido de pertinencia.
13		¿Qué medios comunicacionales utiliza para proyectar la imagen del POLISAL? ¿Formales o plataformas digitales y redes sociales?	El medio principal de divulgación con el que cuenta el POLISAL, es la plataforma digital web de la UNAN-Managua, ya que es un segmento más académico, más profesional. Por otro lado, también se cuenta con la plataforma de Facebook, en este caso la del POLISAL UNAN-Managua, ya que por medio de estos se posiciona y se proyecta la imagen y labor de la institución.

## **Conclusiones entrevista Encargado de Comunicación y Divulgación POLISAL**

### **Política de comunicación interna**

1. El POLISAL está adscrito a la UNAN-Managua, por lo cuenta con parte de las políticas que emite el órgano universitario, a partir de esto se da el flujo de comunicación del POLISAL, regido por el consejo de centro constituido por el director del POLISAL, subdirector docente y administrativo, secretario académico, luego continúan directores de departamentos y coordinadores.
2. Cada responsable o jefe de cada área regula el cumplimiento de las normas, mediante informes de cartas, correos y reuniones.

### **Canales de comunicación**

3. El medio más fuerte de divulgación con el que cuenta el POLISAL para público externo es la fanpage en Facebook llamada POLISAL-UNAN-Managua.
4. El POLISAL no cuenta con los recursos tecnológicos adecuados y necesarios para transmitir la información.
5. Se utilizan los correos electrónicos y el grupo de WhatsApp para comunicarse internamente dentro del ente.

### **Comunicación interpersonal**

6. Para que se dé la comunicación interpersonal se trata de seguir el mismo orden del organigrama, en donde el primero que transmite la información oficialmente es el consejo de centro, siguiendo dirección, subdirección por departamento, coordinación, maestros y estudiantes. Siempre se trata de mantener la neutralidad de la información.

### **Política de comunicación externa**

7. El principal enlace para llegar al público externo es el encargado de comunicación.
8. El POLISAL divulga su labor a través de los estudiantes y sus servicios sociales que brindan a la población en general mediante las prácticas de profesionalización.

### **Extensión**

9. Sí brinda servicios a la población en general y la comunidad universitaria, como de su extensión.
10. El POLISAL, a través de la UNAN-Mangua, sí cuenta con diversos convenios nacionales e internacionales.

### **Imagen**

11. A nivel internacional el instituto proyecta su imagen mediante los convenios que posee, asimismo, mediante la realización de proyectos que una vez terminados son presentados a la comunidad internacional en congresos, etc.
12. El medio principal a través del cual el instituto proyecta su imagen es la página web de la universidad.

**c) Análisis de medio de imagen institucional del POLISAL**

<b>Fecha</b>	<b>Medio</b>	<b>Programa/Sección</b>	<b>Periodista</b>	<b>Noticia</b>	<b>Punto de vista</b>	<b>Comentario</b>
25/3/19	Canal 2	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Canal 4	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Canal 6	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Canal 8	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Canal 10	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Canal 12	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	La Prensa	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	El Nuevo Diario	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Metro Nicaragua	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Hoy	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	El 19 Digital	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe
25/3/19	Confidencial	No existe	No existe	No existe	No existe	No existe

**Conclusión del Análisis de medios**

Ninguna página web de los medios de comunicación de Nicaragua que se visitó, el día 25 de marzo del año corriente, posee notas periodísticas relacionadas con el POLISAL en los últimos 6 meses.

### **Aspectos concluyentes del diagnóstico**

- **Política de Comunicación Interna**

1. El POLISAL no cuenta con una política de comunicación interna propia, puesto que se rige mediante la política de divulgación al ser un instituto interno de la universidad según la encuesta y entrevista realizada.
2. En cuanto a la existencia de una forma reguladora de las normas de las políticas de comunicación interna, el resultado difiere, puesto que las encuestas concluyen que no existe un área encargada de regular dichas normas, sin embargo, en la entrevista al directivo se mencionó que la manera de regular el cumplimiento de las normas internas es a través de informes realizados por los directores de cada departamento.
3. Ni los estudiantes, ni el personal docente y administrativo cumplen con las normas de comunicación interna puesto que no existe una política de comunicación interna definida.

- **Canales de Comunicación**

4. Los principales canales de comunicación utilizados por el POLISAL son las plataformas digitales y las redes sociales, demostrando su interés en el uso de las nuevas tecnologías y reafirmando el estudio Latin American Communication Monitor (LCM) 2016-2017, que presenta como resultado que a nivel latinoamericano los profesionales utilizan a los social media (83%) como canales e instrumentos más importantes.

- **Comunicación Interpersonal**

5. Tanto en el resultado de las encuestas como el de la entrevista concluyó que la comunicación interpersonal se da por medio de reuniones, el cual es un canal de comunicación formal.

- **Política de Comunicación Externa**

6. Los resultados difieren, puesto que la encuesta resultó en el desconocimiento de la existencia de normas establecidas de comunicación externa propias y, por otro lado, en la entrevista, se mencionó que existen acciones y relaciones (como cuando los directores de departamento se comunican mediante cartas o WhatsApp con la subdirección docente de las entidades en las que los estudiantes realizan sus prácticas) que cumplen con ciertas especificaciones de comunicación externa

que demuestran el interés, de parte del POLISAL, por comunicarse o divulgar su quehacer institucional.

- **Extensión**

7. Los resultados concluyeron en que el POLISAL sí cuenta con convenios a nivel nacional e internacional.
8. El POLISAL sí brinda servicios a la población en general y a la comunidad universitaria como parte de su extensión con servicios de fisioterapia, de laboratorio y biología molecular para la detección de anemias y leucemias. También se realizan tomas de Papanicolaou y se dan charlas nutricionales.

- **Imagen**

9. En la encuesta se conoció que el POLISAL sí hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen y, ambos instrumentos, llegaron a la conclusión que el medio que se utiliza mayormente son las plataformas digitales y redes sociales.
10. La encuesta reflejó que la imagen proyectada por el POLISAL es buena, también, lo es su funcionamiento, la atención brindada por el personal administrativo y el personal docente, sin embargo, refleja solamente una cara de la moneda, porque la entrevista que se iba a realizar a nivel externo no se realizó (a pesar de que se hizo lo posible por concretarla) (ver **RECIBIDO** Anexo#5). Asimismo, en el análisis de medios realizado se obtuvo que el Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” no figura en los medios de comunicación nacionales.

**Análisis situacional FODA**

✓ **Comunicación Interna**

<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Los principales canales de comunicación utilizados por el POLISAL son las plataformas digitales y las redes sociales.</li><li>• La comunicación interpersonal se da por medio de las instancias formales de comunicación, tales como reuniones.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• La institución tiene credibilidad.</li><li>• Contar con una política de comunicación interna.</li><li>• Se cuenta con respaldo externo para ejecutar presupuesto para realizar actividades que fortalezcan la comunicación interna.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El POLISAL no cuenta con una política de comunicación interna.</li><li>• Incertidumbre sobre la existencia de un área que regule las normas de comunicación interna.</li><li>• Ni los estudiantes, ni el personal docente y administrativo cumplen con las normas de comunicación interna.</li></ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Al no contar con una política de comunicación interna su imagen institucional se puede ver afectada.</li><li>• Contar con un orden jerárquico restringe tener retroalimentación de la comunidad universitaria y de aliados.</li></ul>

✓ **Comunicación externa**

<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El POLISAL sí cuenta con convenios a nivel nacional e internacional.</li><li>• El instituto sí brinda servicios a la población en general y comunidad universitaria como parte de su extensión.</li><li>• El POLISAL sí hace uso de las nuevas tecnologías para divulgar su imagen y los medios que se utilizan mayormente son las plataformas digitales y redes sociales.</li><li>• La imagen que proyecta el POLISAL es buena, asimismo, lo es su funcionamiento, la atención brindada por el personal administrativo y el personal docente.</li></ul>
<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Contar con una política de comunicación externa.</li><li>• Crear nuevos convenios con aliados nacionales e internacionales.</li></ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Inseguridad al afirmar la existencia de normas de comunicación externa.</li></ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cancelación de todos los convenios actuales.</li><li>• No tener ningún convenio, o con ningún tipo de entidad o institución.</li></ul>

## **Capítulo IV**

### **Plan de Comunicación Organizacional**

#### **Objetivos del Plan de Comunicación**

##### **General**

- Crear un plan estratégico de comunicación interna y externa que apoye y desarrolle una comunicación y divulgación efectiva para el POLISAL.

##### **Específicos**

1. Proponer una política de comunicación interna que sustente la comunicación a través de la correcta transmisión de los mensajes para lograr una comunicación efectiva.
2. Optimizar el uso de los canales de comunicación adecuados para la comunidad universitaria y la comunidad internacional.
3. Promover momentos comunicacionales que generen confianza entre los trabajadores administrativos y docentes para estimular la comunicación interpersonal.
4. Sugerir una política de comunicación externa que promueva una imagen institucional para posicionar al POLISAL como un referente nacional e internacional en el área de salud pública.

### **Desarrollo del plan de comunicación**

El Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL), perteneciente a la UNAN-Managua es un ente encargado de formar profesionales y técnicos en la salud a nivel nacional. Por lo tanto, el presente trabajo tiene como objetivo crear un plan estratégico de comunicación interna y externa que apoye y desarrolle una comunicación y divulgación efectiva para dicho instituto. La organización de este plan está basada en los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas de un diagnóstico comunicacional previamente realizado. Por ende, las áreas que tienen más necesidad de mejora y que se abordarán a lo largo de la realización del plan serán las siguientes:

- Política de comunicación interna.
- Canales de comunicación.
- Comunicación interpersonal.
- Política de comunicación externa.

A continuación, se describen las estrategias y tácticas, metas, presupuesto, cronograma y evaluación.

a) Estrategias

b) Tácticas

OBJETIVO 1	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE TÁCTICA
<p>1. Proponer una política de comunicación interna que sustente la comunicación a través de la correcta transmisión de los mensajes para lograr una comunicación efectiva.</p>	<p>1.1 Definir las audiencias y generadores de información</p>	<p>1.1.1 Identificar las audiencias tomando en cuenta todas las áreas y departamentos del organigrama institucional.</p>	<p>Se identificará y analizará la comunidad universitaria a lo interno mediante el organigrama institucional para identificar hacia quien se enviará la información.</p>
		<p>1.1.2 Definir a los encargados de generar la información.</p>	<p>Se identificará en cada área del organigrama institucional a las personas encargadas de generar y formular información.</p>
		<p>1.1.3 Definir el tipo de información que se pretende enviar a cada público.</p>	<p>Se identificará el tipo de información que se enviará a la comunidad universitaria en las diferentes áreas o departamentos mediante el estudio del organigrama del instituto.</p>
	<p>1.2 Elaborar un manual de política interna</p>	<p>1.2.1 Definir el alcance y los canales de comunicación, diseño y contenido del manual de comunicación interna.</p>	<p>Se formará un consejo de comunicación interna con los encargados de generar información de cada área, con el secretario académico como responsable, para definir el alcance, los canales, el diseño y contenidos del manual.</p>
		<p>1.2.2 Elaborar la propuesta y aprobación del manual de comunicación interna.</p>	<p>Se elaborará una propuesta del manual de comunicación, para ser presentada a la dirección del instituto para tener una aprobación formal.</p>
		<p>1.2.3 Divulgar el manual de comunicación interna.</p>	<p>Luego de la aprobación, el manual de comunicación se dará a conocer a la comunidad universitaria interna.</p>
	<p>1.3 Valorar la efectividad del manual de comunicación interna</p>	<p>1.3.1 Documentar las consultas sobre el manual.</p>	<p>Se llevará un registro de consultas de la comunidad universitaria participante sobre el manual.</p>
		<p>1.3.2 Evaluar la correcta implementación de las políticas del manual de comunicación interna.</p>	<p>Se realizará la evaluación de la correcta implementación de las políticas del manual de comunicación interna, mediante el informe del Plan Operativo Anual.</p>

OBJETIVO 2	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE TÁCTICA
<p>2. Optimizar el uso de los canales de comunicación adecuados para la comunidad universitaria y la comunidad internacional.</p>	<p>2.1 Activar los canales de comunicación interna y externa</p>	<p>2.1.1 Actualizar y utilizar los canales de comunicación interna y externa.</p>	<p>Se actualizarán y utilizarán los canales de comunicación interna más efectivos (murales informativos) cada mes permanentemente para tener un medio formal de información. En comunicación externa se actualizarán y utilizarán las plataformas digitales y redes sociales diariamente o cada 2 días.</p>
		<p>2.1.2 Restablecer y adquirir nuevos medios de comunicación e implementar la página web.</p>	<p>Se utilizarán nuevos medios de comunicación (2 tv plasma) para la divulgación de actividades académicas e información de la naturaleza del instituto a nivel interno. A nivel externo se creará una página web que contenga información general del instituto, de cada carrera, actividades próximas a realizarse, una sección de preguntas frecuentes, entre otras.</p>
		<p>2.1.3 Adquirir equipo digital.</p>	<p>Se adquirirá un equipo fotográfico (cámara digital), un micrófono, un trípode y una cámara de video para la creación de contenido audiovisual de actividades e información académica, asimismo, una computadora para editar los videos y mantener actualizada y activa la página web del POLISAL como parte de las plataformas digitales y redes sociales institucionales.</p>
	<p>2.2 Divulgar la información institucional.</p>	<p>2.2.1 Clasificar la información.</p>	<p>Se clasificará el tipo de información que se va a difundir por orden de importancia en los distintos canales de comunicación internos y externos.</p>
		<p>2.2.2 Establecer formatos de canales de comunicación.</p>	<p>Se establecerán los formatos para los canales formales y digitales del instituto.</p>
		<p>2.2.3 Establecer cronograma de información.</p>	<p>Se establecerá cada mes la publicación de la información y actividades académicas que la institución considere de mayor relevancia para la comunidad universitaria e internacional.</p>

	2.3 Retroalimentar.	2.3.1 Implementar un buzón de sugerencias y una sección especializada de sugerencias en la página web.	Se implementará el uso del buzón de sugerencias para recibir retroalimentación de la comunidad universitaria, de tal forma, que rompan las barreras de transmitir información solo de manera jerárquica. La página web contendrá instrucciones específicas con las que los entes e instituciones que tengan o deseen entablar un convenio/alianza puedan emitir una sugerencia que contribuya a mejorar los lazos externos e internacionales del instituto.
--	---------------------	--	---

OBJETIVO 3	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE TÁCTICA
<p>3. Promover momentos comunicacional es que generen confianza entre el personal docente y administrativo para estimular la comunicación interpersonal</p>	<p>3.1 Realizar momentos comunicacionales y actividades que ayuden al personal docente y administrativo a convivir y comunicarse mejor dentro del instituto.</p>	<p>3.1.1 Realizar talleres en los que se desarrolle el tema y alcance de la comunicación interpersonal en el instituto.</p>	<p>Se realizará 1 taller cada 3 meses durante 1 año en el que se aborde el tema y alcance de la comunicación interpersonal y participe todo el personal del instituto.</p>
		<p>3.1.2 Incorporar, en las reuniones del consejo de centro, la temática y alcance de la comunicación interpersonal en el instituto.</p>	<p>Se incorporará la temática y alcance de la comunicación interpersonal en la agenda de las reuniones semanales de los lunes del consejo de centro durante 1 año para sostener la comunicación interpersonal y retroalimentación en temas comunicacionales.</p>
		<p>3.1.3 Realizar videoconferencias entre el consejo de centro y los aliados.</p>	<p>Se realizarán videoconferencias anuales, cuyo fin sea actualizar a los participantes en temas especializados comunes, con aquellos entes e instituciones con los que el POLISAL tenga convenios y alianzas; de tal forma, que las relaciones interinstitucionales mejoren y ayuden a fortalecer la calidad y calidez de sus servicios en la naturaleza de las instituciones.</p>
		<p>3.1.4 Realizar momentos comunicacionales recreativos.</p>	<p>Se realizarán momentos comunicacionales recreativos como cumpleaños, efemérides, intercambio de ideas (en el comedor), entre otros.</p>
	<p>3.2 Elaborar un calendario de actividades y momentos comunicacionales.</p>	<p>3.2.1 Calendarizar las actividades mensuales y momentos comunicacionales una vez al año permanentemente para fortalecer la comunicación interpersonal.</p>	<p>Se diseñará un cronograma de actividades, una vez al año, que muestre apoyo al desarrollo de la comunicación interpersonal, interdepartamental e interinstitucional.</p>
	<p>3.3 Evaluar la comunicación interpersonal.</p>	<p>3.3.1 Realizar un diagnóstico de comunicación interna.</p>	<p>Se realizará un diagnóstico de comunicación interna que muestre resultados y conclusiones sobre la comunicación interpersonal luego de 1 año de haber iniciado los talleres, las reuniones, los momentos comunicacionales y videoconferencias.</p>

OBJETIVO 4	ESTRATEGIA	TÁCTICA	DESCRIPCIÓN DE TÁCTICA
4. Sugerir una política de comunicación externa que promueva una imagen institucional que posicione al POLISAL como un referente nacional e internacional en el área de salud pública.	4.1 Definir la audiencia y de generadores información.	4.1.1 Definir el público externo.	Se identificará al público externo de la institución a través de la relación que poseen con el POLISAL. (aliados, comunidad universitaria y población en general)
		4.1.2 Definir a los encargados de generar información.	Identificar en cada área del organigrama institucional a las personas encargadas de generar y formular información.
		4.1.3 Definir las normas de comunicación externa y tipo de información.	Definir las normas de comunicación externa y tipo de información que se enviará a los aliados y comunidad universitaria.
	4.2 Elaborar un manual de política externa.	4.2.1 Definir los canales de comunicación externa, diseño e información del manual.	Se formará un consejo de comunicación con los encargados de generar la información, con el secretario académico como responsable, para definir los canales, diseños e información del manual dirigido al público externo. (aliados de los convenios y comunidad universitaria y población en general)
		4.2.2 Crear y presentar una propuesta de manual de política de comunicación externa con las normas.	Se creará una propuesta de manual de política de comunicación externa con las normas e información adecuada para el público externo. (Aliados, comunicación universitaria y población en general). Se presentará la propuesta del manual a la dirección del instituto.
		4.2.3 Divulgar el manual de comunicación externa.	Luego de la aprobación del manual, presentarlo y explicarlo (de ser necesario) al público externo (aliados, comunidad universitaria y población en general).
	4.3 Valorar la efectividad del manual de comunicación externa.	4.3.1 Documentar las consultas sobre el manual.	Realizar un registro de documentación y consultas por parte del público externo con el cual se mantendrá constantemente en comunicación.
		4.3.2 Evaluar la correcta implementación de las políticas del manual de comunicación externa.	Se evaluará la implementación correcta de la efectividad del manual de comunicación externa mediante el informe del Plan Operativo Anual.

c) Metas

**Indicadores de logro**

<b>Objetivo</b>	<b>Criterio</b>	<b>Medida</b>	<b>Valor de meta</b>	<b>Punto de referencia</b>	<b>Medios de verificación</b>	<b>Responsable</b>
1. Proponer una política de comunicación interna que sustente la comunicación a través de la correcta transmisión de los mensajes.	Manual de comunicación interna	Seguimiento de las políticas y normas que dicta el manual de comunicación interna	80% de cumplimiento del manual	No existen normas de comunicación internas definidas ni escritas	Informe del Plan Operativo Anual.	Dirección, Encargado de Comunicación y Secretario Académico
2. Optimizar el uso de los canales de comunicación adecuados para la comunidad universitaria y la comunidad internacional	Divulgación de la información institucional	Uso correcto de los canales de comunicación	90% de cumplimiento del uso de los canales	No existe un canal oficial para la información llegue a todos por igual	Encuesta sobre el uso de los canales de comunicación	Encargado de Comunicación
3. Promover momentos comunicacionales que generen confianza entre el personal docente y administrativo para estimular la comunicación interpersonal	Realización de momentos comunicacionales y actividades recreativas	Realización de talleres, reuniones, videoconferencias y actividades recreativas con el personal del instituto entorno a la comunicación interpersonal	80% del cumplimiento de la calendarización	Solamente existe un consejo de centro y éste no incluye a todo el personal, solamente a los directores de áreas.	Bitácora de participación de parte del personal	Dirección, directivos de cada área y sindicatos

4. Sugerir una política de comunicación externa que promueva una imagen institucional	Manual de comunicación externa	Seguimiento de las políticas y normas que dicta el manual de comunicación externa	80% de cumplimiento	No existen normas de comunicación externas definidas ni escritas	Informe del Plan Operativo Anual	Dirección, Encargado de Comunicación y Secretario Académico
---	--------------------------------	---	---------------------	--	----------------------------------	---

**d) Presupuesto**

<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual/unitario</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Total</b>
Tv plasma 38'	\$365	2: 1 por año	\$730
Manual de Comunicación Interna	\$1,500	1	\$1,500
Manual de Comunicación Externa	\$1,500	1	\$1,500
Diseño del Manual	\$400	1	\$400
Cámara fotográfica Nikon D5300	\$855	1	\$855
Cámara de video	\$260	1	\$260
Computadora (HP Laptop i5 7ma. generación) asignada al Encargado de Comunicación	\$639	1	\$639
Buzón de sugerencias	\$15	1	\$15
Taller de Comunicación Interpersonal	\$50 por persona. (96 personas ≈)	4 por año	\$4,800 (Por cada taller)
Diagnóstico de Comunicación	\$3,000	1	\$3,000
Trípode	\$24.14	1	\$24.14
Micrófono de corbata	\$52	1	\$52
Murales informativos	\$40	Permanente	\$40
		<b>Total</b>	<b>\$13,815.14</b>

e) Cronograma

**Propuesta de cronograma de las actividades del Plan Estratégico**

**Objetivo 1**

<b>Táctica</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de producción</b>	<b>Responsable</b>
1.1.1	Identificar las audiencias tomando en cuenta todas las áreas y departamentos del organigrama institucional.	Una semana	Consejo de comunicación y Dirección
1.1.2	Definir a los encargados de generar la información.	Una semana	Dirección y Encargado de Comunicación
1.1.3	Definir el tipo de información que se pretende enviar a cada público de la comunidad universitaria.	Dos semanas	Consejo de Comunicación y Dirección
1.2.1	Definir el alcance y los canales de comunicación, diseño y contenido del manual de comunicación interna.	Dos semanas	Encargado de Comunicación y Secretario Académico
1.2.2	Elaboración de propuesta y aprobación del manual de comunicación interna.	Ocho semanas	Consejo de comunicación y Dirección
1.2.3	Divulgar el manual de comunicación interna.	Dos semanas	Consejo de comunicación
1.3.1	Documentación de consultas	36 semanas	Consejo de comunicación
1.3.2	Evaluación de la correcta implementación de las políticas del manual de comunicación interna.	52 semanas	Consejo de comunicación y Dirección

**Objetivo 2**

<b>Táctica</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de producción</b>	<b>Responsable</b>
2.1.1	Actualizar y utilizar los canales de comunicación interna y externa	Dos semanas para actualizar, uso permanentemente	Consejo de comunicación
2.1.2	Restablecer y adquirir nuevos medios de comunicación e implementación de la página web	Seis semanas	Consejo de comunicación
2.1.3	Adquisición de equipo digital	Seis semanas	Consejo de comunicación
2.2.1	Clasificación de la información	Dos semanas	Consejo de comunicación
2.2.2	Establecer formatos de canales de comunicación	Una semana	Consejo de comunicación
2.2.3	Establecer cronograma de información	Cada 4 semanas, permanentemente	Consejo de comunicación
2.3.1	Implementación del buzón de sugerencias y una sección especializada de sugerencias en la página web	Permanente	Consejo de comunicación

**Objetivo 3**

<b>Táctica</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de producción</b>	<b>Responsable</b>
3.1.1	Talleres en los que se desarrolle el tema y alcance de la comunicación interpersonal en el instituto.	Cada 3 meses durante 1 año	Dirección y Encargado de Comunicación
3.1.2	Reuniones del consejo de centro que incluyan la temática y alcance de la comunicación interpersonal en el instituto.	Semanal durante 1 año	Dirección
3.1.3	Videoconferencias entre el consejo de centro y los aliados.	Anual	Dirección
3.1.4	Realizar momentos comunicacionales recreativos.	Permanente	Dirección y directores de departamento
3.2.1	Calendarización de actividades mensuales y momentos comunicacionales durante 1 año con la temática de comunicación interpersonal.	Anual	Directivo de cada área y Encargado de comunicación

*Estrategia Comunicacional Instituto Politécnico de la Salud (POLISAL)*

3.3.1	Diagnóstico de comunicación interna.	8 semanas	Encargado de comunicación
-------	--------------------------------------	-----------	---------------------------

**Objetivo 4**

<b>Táctica</b>	<b>Actividad</b>	<b>Tiempo de producción</b>	<b>Responsable</b>
4.1.1	Definir el público externo	Una semana	Consejo de comunicación y Dirección
4.1.2	Definir a los encargados de generar información.	Una semana	Dirección y Encargado de Comunicación
4.1.3	Definir las normas de comunicación externa y tipo de información.	Tres semanas	Consejo de comunicación y Dirección
4.2.1	Definir los canales del manual de comunicación externa, diseño e información.	Tres semanas	Encargado de Comunicación y Secretario Académico
4.2.2	Crear y presentar una propuesta de manual de política de comunicación externa con las normas.	Ocho semanas	Consejo de comunicación y Dirección
4.2.3	Divulgación del manual de comunicación externa.	Dos semanas	Consejo de comunicación
4.3.1	Documentación de consultas.	36 semanas	Consejo de comunicación
4.3.2	Evaluación de la correcta implementación del manual y corrección de cambios o consultas.	52 semanas	Consejo de comunicación y Dirección

**f) Evaluación**

Objetivo 1: Proponer una política de comunicación interna que sustente la comunicación a través de la correcta transmisión de los mensajes para lograr una comunicación efectiva.

<b>Estrategia</b>	<b>Forma de Evaluación</b>
1.1 Definir las audiencias y generadores de información.	Cálculo del impacto que tienen las publicaciones en las distintas audiencias.
1.2 Elaborar un manual de política interna.	Medición de la correcta aplicación del manual de comunicación mediante el informe de cumplimiento que realizará el consejo de comunicación y dirección.
1.3 Valoración de la efectividad del manual de comunicación interna.	

Objetivo 2: Optimizar el uso de los canales de comunicación adecuados para la comunidad universitaria y la comunidad internacional

<b>Estrategia</b>	<b>Forma de Evaluación</b>
2.1 Activar los canales de comunicación interna.	Conteo de productos comunicacionales creados y divulgados mediante de los canales de comunicación interna y externa que se utilizan en el POLISAL. Encuesta sobre el uso de los canales de información.
2.2 Divulgación de la información institucional.	Informe de conteo de actividades divulgadas y realizadas en el POLISAL.
2.3 Retroalimentación.	Informe evaluativo sobre el contenido de los documentos depositados en el buzón de sugerencias y la sección de sugerencias en la página web.

Objetivo 3: Promover momentos comunicacionales que generen confianza entre el personal docente y administrativo para estimular la comunicación interpersonal.

<b>Estrategia</b>	<b>Forma de Evaluación</b>
3.1 Realizar momentos comunicacionales y actividades que ayuden al personal docente y administrativo a convivir y comunicarse mejor dentro del instituto.	Informes sobre los talleres, reuniones, videoconferencias y momentos comunicacionales que se realicen en el período de 1 año en el POLISAL.
3.2 Elaborar un calendario de actividades y momentos comunicacionales.	Monitoreo de las actividades y momentos comunicacionales realizados en el instituto.
3.3 Evaluación de la comunicación interpersonal.	Diagnóstico de comunicación interna basado en comunicación interpersonal.

Objetivo 4: Sugerir una política de comunicación externa que promueva una imagen institucional que posicione al POLISAL como un referente nacional e internacional en el área de salud pública.

<b>Estrategia</b>	<b>Forma de Evaluación</b>
4.1 Definir la audiencia y generadores de información.	Cálculo del impacto que tienen las publicaciones en las distintas audiencias.
4.2 Elaborar un manual de política externa.	Medición de la correcta aplicación del manual de comunicación mediante el informe de cumplimiento que realizará el consejo de comunicación y subdirección administrativa.
4.3 Valoración y efectividad del manual de comunicación externa.	



### **Validación del plan con el experto**

La importancia es fortalecer la comunicación interna, en pro de una mejor proyección externa. De igual manera, contribuye a fortalecer el trabajo con mayor calidad, reafirmando de esa manera compromisos y valores que se promueven a lo interno del POLISAL.

Es importante destacar que, si los canales de comunicación se utilizan adecuadamente, se fortalecen los medios comunicacionales como correos institucionales, circulares, entre otros. En cuanto a lo externo se informa adecuadamente, sobretodo, el quehacer, puesto que se domina una misma comunicación referente a todo el que hacer de esta institución

Debido al perfil de salubridad es bueno que haya un mayor acercamiento tanto con los pares internos como externos. Es necesario fortalecer esta comunicación con talleres de convivencia y cursos para el manejo adecuado de los medios comunicacionales, tales como los murales informativos, la atención a la población, etc. Todo eso se controla desde la comunicación interna al asistir constantemente a reuniones que logren llegar a un mejor consenso.

La política comunicacional externa fortalece el trabajo cotidiano, contribuye a la comunicación y, sobretodo, genera un ambiente de confianza entre el instituto y sus aliados, teniendo en cuenta siempre su público externo, generando confianza y sentido de pertenencia para con el instituto, por eso es realmente necesaria la política de comunicación externa, pues ella no busca nada más que entablar una relación estrecha y duradera entre público e instituto.

## Capítulo V

# Referencias

- Agüero, P. M. (2012). *La comunicación interpersonal*. Obtenido de [http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55772.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55772.pdf)
- Armijo, M. (Junio de 2011). *Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público*. Obtenido de Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES): [https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/8/44008/sm\\_69\\_ma.pdf](https://www.cepal.org/ilpes/publicaciones/xml/8/44008/sm_69_ma.pdf)
- Cantero, C. (2017). *El concepto de la extensión universitaria a lo largo de la historia*. Obtenido de Universidades Públicas Andaluzas: [http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/196/historia%20de%20la%20extension%20\(1\).pdf?sequence=1](http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/196/historia%20de%20la%20extension%20(1).pdf?sequence=1)
- Capriotti, P. (2004). *La imagen corporativa*. Obtenido de Universidad de Vic: [https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti\\_la\\_imagen\\_corporativa.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/capriotti_la_imagen_corporativa.pdf)
- Capriotti, P. (2006). *La imagen de la empresa. Estrategia para una comunicación integrada*. Obtenido de <http://www.bidireccional.net/Blog/ImagenEmpresa.pdf>
- Coloma, M. d. (2014). *Manual de Comunicación Estratégica. Visibilizando, incidiendo y haciendo corriente de opinión*. Obtenido de Comunicaciones Aliadas: <http://www.lapress.org/manuales/manual-de-comunicacion-estrategica.pdf>
- Contaduría General de la Nación. (2015). *Política de Comunicación Institucional*. Obtenido de Contaduría General de la Nación: [https://www.cgn.gub.uy/innovaportal/file/74908/1/politica\\_de\\_comunicacion\\_institucional\\_cgn.pdf](https://www.cgn.gub.uy/innovaportal/file/74908/1/politica_de_comunicacion_institucional_cgn.pdf)
- Empresa Nacional de Telecomunicaciones de Chile (Entel). (2015). *Políticas de Comunicaciones Internas CCII*. Chile. Obtenido de [http://www.entel.cl/libros/politicas-ccii/files/assets/common/downloads/Comu\\_Inter\\_Entel.pdf](http://www.entel.cl/libros/politicas-ccii/files/assets/common/downloads/Comu_Inter_Entel.pdf)
- Food and Agriculture Organization (FAO). (2008). *Diseño Participativo para una estrategia de comunicación*. Obtenido de Manual de Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación: <http://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>
- Fundación de la Universidad Autónoma de Madrid. (2012). *Manual de comunicación para investigadores*. Obtenido de <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf>
- Garandilla, J. E., Ramirez, D. I., Nieves, C. d., & Gómez, E. R. (2011). *Acciones comunicativas para fortalecer la comunicación interna de los cuadros en la formación y desarrollo de las reservas de Empresa Azucarera Colombia* (Electrónica Gratuita ed.).
- García, P. M. (2014). Plan estratégico de comunicación interna para una institución descentralizada del gobierno. Guatemala de la Asunción, Guatemala.

- Goldhaber. (1984). *Comunicación Organizacional*. Obtenido de Colecciones Digitales UDLAP: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/sandoval\\_t\\_mj/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf)
- Gutiérrez, J. (2016). *Canales de Comunicación*. Obtenido de [https://prezi.com/\\_u1wthzhoc1-/el-canal-de-comunicacion-es-el-vehiculo-que-transporta-los-m/](https://prezi.com/_u1wthzhoc1-/el-canal-de-comunicacion-es-el-vehiculo-que-transporta-los-m/)
- Hernández. (2002). *Comunicación Organizacional*. Obtenido de Colecciones Digitales UDLAP: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/sandoval\\_t\\_mj/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf)
- Hernández, Á. (2014). *Compilación de LCC*. Obtenido de <https://licangelahdez.files.wordpress.com/2014/01/unidad-i-com-verbal-y-no-verbal-eoeii.pdf>
- Hernández, D. L., Bonilla, M. d., Aranda, L. B., & Hernández, M. d. (2014). Los convenios como herramienta para fomentar el desarrollo institucional en materia de investigación en salud. *Revista de Especialidades Médico-Quirúrgicas*, 19(216-221), 216-221.
- Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior ICETEX. (2010). *Manual de Gestión de la Comunicación en Situaciones de Crisis*. Obtenido de Instituto Colombiano de Crédito Educativo y Estudios Técnicos en el Exterior ICETEX: [https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n\\_en\\_situaciones\\_de\\_crisis.pdf](https://portal.icetex.gov.co/Portal/docs/default-source/documentos-el-icetex/biblioteca/manuales-de-la-entidad/gesti%C3%B3n_de_la_comunicaci%C3%B3n_en_situaciones_de_crisis.pdf)
- López, I. (2015). *El concepto de imagen*. Obtenido de Universidad de Puerto Rico: <http://coem.uprrp.edu/wp-content/uploads/2014/04/El-concepto-de-imagen.pdf>
- Morales-Rubiano, M. E., & Ortiz-Riaga, M. C. (2011). *La extensión universitaria en América Latina: conceptos y tendencias*. Obtenido de Universidad de La Rioja: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5513650>
- Observatorio ADEI. (Marzo de 2018). *Plataformas digitales: una oportunidad para la economía española*. Obtenido de Observatorio para el Análisis y el Desarrollo Económico de Internet (ADEI): [http://observatorioadei.es/publicaciones/Nota-tecnica-ADEI\\_Plataformas-digitales-\(1\).pdf](http://observatorioadei.es/publicaciones/Nota-tecnica-ADEI_Plataformas-digitales-(1).pdf)
- Oficina Central de Cooperación Técnica (OCCT). (2017). *Universidad Nacional de Piura*. Obtenido de <http://www.unp.edu.pe/oficinas/occt/que-es-convenio.html>
- Portugal, R. R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de Comunicación*, 212-234. Obtenido de <https://revistadecomunicacion.com/pdf/2012/Art212-234.pdf>
- Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la Lengua Española*. Madrid.
- Remy, P. (2014). *Manejo Estratégico de Crisis en Organizaciones. Cómo preverlas, enfrentarlas y aprender de ellas*. Obtenido de Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: <https://sica.upc.edu.pe/sites/blogs.upc.edu.pe.epg.cuaderno-epg/files/11RemyEd8.pdf>
- Rivera, S. D., & Montoya, D. C. (2015). Estrategia de Comunicación Institucional "Yo también opino". *Revista Global de Negocios*, 3(6), 99-112. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/rgnego/rgn-v3n6-2015/RGN-V3N6-2015-8.pdf>

Téllez, M. J. (2004). El Aprendizaje Organizacional como respuesta al cambio. Su relación con el desarrollo, comportamiento y la comunicación organizacional: una visión general de las empresas de comercio y servicio en la ciudad de Puebla. Puebla, México. Obtenido de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/sandoval\\_t\\_mj/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf)

Tünnermann, C. (2000). *El nuevo concepto de la extensión universistaria*. Obtenido de Biblioteca de Extensión Universitaria: <http://beu.extension.unicen.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/123456789/80/EL%20NUEVO%20CONCEPTO%20DE%20LA%20EXTENSI%3%93N%20UNIVERSITARIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valdés. (2003). *Comunicación Organizacional*. Obtenido de Colecciones Digitales UDLAP: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/sandoval\\_t\\_mj/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf)

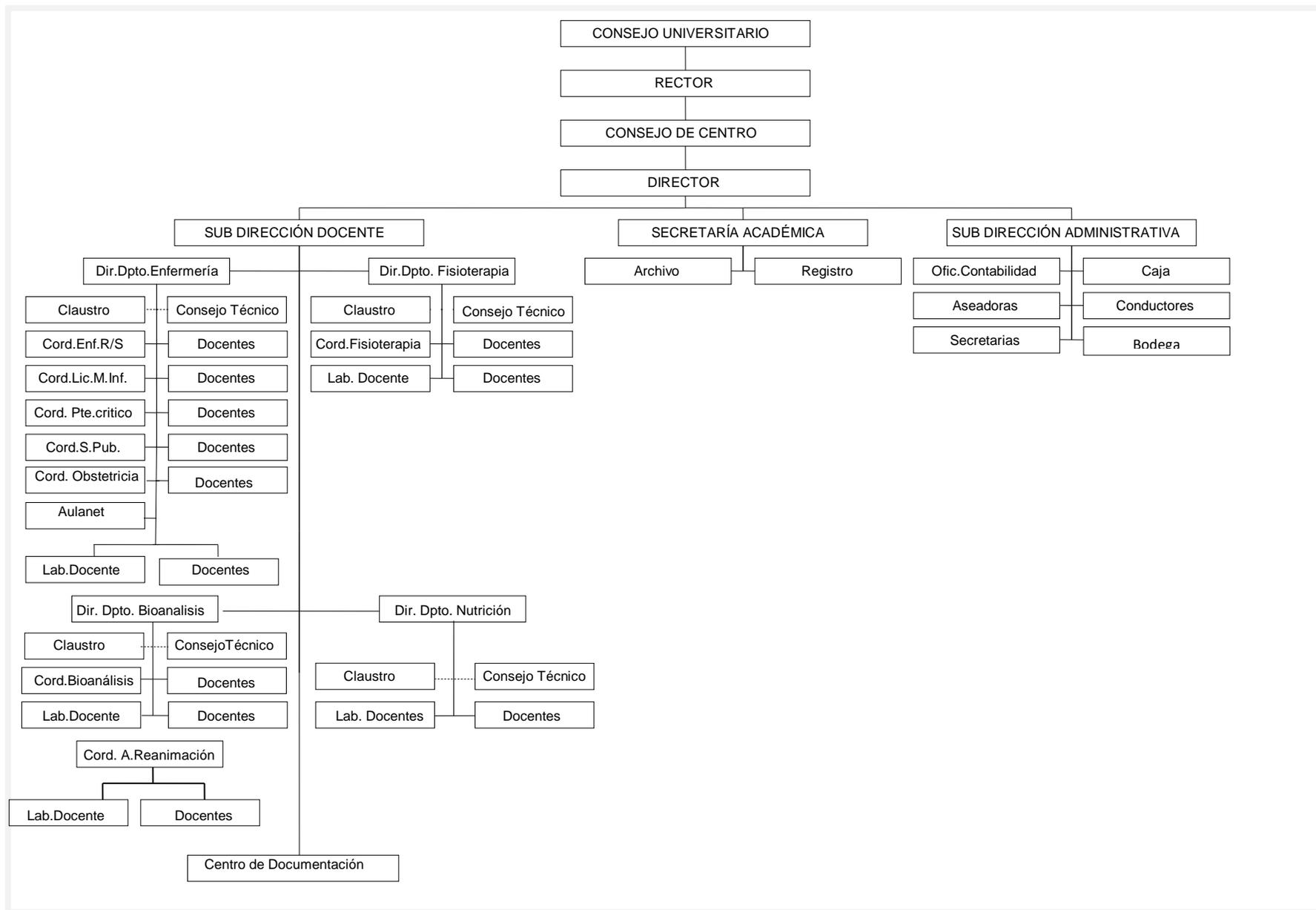
## **Capítulo VI**

### **Anexos**

**Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL) Anexo#1**



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA, MANAGUA**  
**UNAN MANAGUA**  
**ORGANIGRAMA ACTUAL**  
**FACULTAD/CENTRO: POLISAL UNAN MANAGUA**  
**Anexo #2**



## Matricula 2018 Instituto Politécnico de la Salud "Luis Felipe Moncada" Anexo #3



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE NICARAGUA

I.P.S. Carrera	MATUTINO							VESPERTINO							NOCTURNO							ENCUENTRO							PROFESIONALIZACIÓN							VIRTUAL											
	I	II	III	IV	V	VI	Tot	I	II	III	IV	V	VI	Tot	I	II	III	IV	V	VI	Tot	I	II	III	IV	V	VI	Tot	I	II	III	IV	V	VI	Tot	I	II	III	IV	V							
709-Técnico Superior en Enfermería Profesional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	3	5	0	0	0	37	0	0	0	0	0
712-Enfermería en Salud Pública	41	38	26	34	24	0	163	0	0	0	2	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31	0	31	0	0	0	0	0
715-Enf. con Orien. en Px Crítico	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
716-Enfermería en Cuidados Críticos	0	0	0	0	0	0	0	38	23	20	21	22	0	124	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
720-Enfermería en Materno Infantil	42	44	28	31	19	0	164	0	0	0	1	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
735-Anestesia y Reanimación	0	0	0	0	0	0	0	35	36	26	30	29	0	156	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
765-Fisioterapia	42	39	31	36	29	0	177	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	1	28	18	0	75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
769-Citología Cervical T.S	0	0	0	0	0	0	0	0	19	0	0	0	0	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
770-BIOANÁLISIS CLÍNICO	41	35	35	39	39	0	189	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	30	29	0	62	0	0	0	0	0
780-Nutrición	39	27	21	30	37	0	154	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
785-Microbiología	35	21	24	25	24	0	129	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
790-Enf. en Obstétrica y Perinatal	0	0	0	0	0	0	0	33	32	27	28	14	0	134	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL X FACULTAD	241	204	165	195	172	0	977	106	110	73	82	67	0	438	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	1	28	18	0	75	30	5	6	31	60	0	132	0	0	0	0	0						
TOTAL GENERAL	241	204	165	195	172	0	977	106	110	73	82	67	0	438	0	0	0	0	0	0	0	0	28	0	1	28	18	0	75	30	5	6	31	60	0	132	0	0	0	0	0						
TOTAL GENERAL .....	1622																																														

**Cantidad de personal docente y administrativo del Instituto Politécnico de la Salud  
"Luis Felipe Moncada" Anexo #4**

<b>Encuestados</b>	<b>Cantidad</b>
Docentes de Enfermería (materno infantil y salud pública)	19
Docentes de Fisioterapia	8
Docentes de Nutrición	9
Docentes de Bioanálisis clínico	10
Docentes de Anestesia y Reanimación	5
<b>Total de docentes</b>	<b>51</b>
<b>Total de colaboradores administrativos</b>	<b>45</b>

- En el sujeto de estudio personal docente se contó con el 10% (4 maestros encuestados) de los docentes (37 profesores que dan clases en las carreras de Bioanálisis, Fisioterapia, Enfermería en Materno Infantil y Enfermería en Salud Pública), aunque sean 51 en total.
- En el sujeto de estudio del personal administrativo se contó con el 10% (5 encuestados del personal administrativo) del total de 45.

# Carta dirigida al SILAIS-Managua

## Anexo #5



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA



2019: "AÑO DE LA RECONCILIACIÓN"  
Managua, 21 de marzo de 2019.

### DOCTORA KENIA GRILLO

Directora del Hospital Manolo Morales

Su despacho

Respetable Doctora: Reciba cordiales saludos de mi parte.

Con todo respeto, tengo a bien dirigirme a usted a fin de solicitarle su valioso apoyo para conceder una **Entrevista, si fuese posible el día de hoy 21 de marzo 2019**, a dos estudiantes de la carrera de Comunicación y Desarrollo, de la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas, que realizan **Diagnóstico sobre de Comunicación Interna y Externa en el POLISAL**, a fin de identificar necesidades y establecer estrategias que permitan mejorar los aspectos de comunicación.

Nombres de los estudiantes:

Vania Vanessa Henríquez Useda, carnet, 14-020240

Oscar Josué Gutiérrez Araica, carnet, 14021197

No omito informarle que en la entrevista abordarán puntos sobre la Política de comunicación externa, extensión e imagen con el POLISAL.

Esperando contar con su anuencia, le reitero mi agradecimiento y estimación.  
atentamente.

  
Dr. Juan Francisco Rocha López  
Director POLISAL, UNAN-Managua



C.C Sub Dirección Docente del Hospital Manolo Morales  
archivo.

*¡A la Libertad por la Universidad!*

Rotonda Universitaria Rigoberto López Pérez, 150 Metros al Este, Código Postal: 663 - Managua, Nicaragua  
Teléfonos 505 22770267 | 22770269, Ext. 6109, 6126  
Correo: ips@unan.edu.ni | www.unan.edu.ni



Buenos días, somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, estamos realizando una encuesta, para diagnosticar la situación comunicacional del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL). ¡Muchas gracias por colaboración y tiempo! Seleccione una de las siguientes opciones según su criterio:

**Política de Comunicación Interna:**

1. **¿Cuenta el POLISAL con normas de comunicación interna?**
  - a) Sí
  - b) No
  - c) No sé
2. **¿Existe un área específica donde se establezcan y se regulen estas normas?**
  - a) Sí
  - b) No
  - c) No sé
3. **¿En qué momento se utilizan o cumplen el personal docente con estas normas?**
  - a) Usualmente
  - b) Siempre
  - c) A veces
  - d) Pocas veces
  - e) Nunca
4. **¿En qué momento se utilizan o cumplen el personal administrativo con estas normas?**
  - a) Usualmente
  - b) Siempre
  - c) A veces
  - d) Pocas veces
  - e) Nunca
5. **¿En qué momento se utilizan o cumplen los estudiantes con estas normas?**
  - a) Usualmente
  - b) Siempre
  - c) A veces
  - d) Pocas veces
  - e) Nunca
6. **¿Qué tipo de recursos se utilizan para llevar a cabo estas normas de comunicación interna?**
  - a) Comunicados
  - b) Cartas membretadas
  - c) Memorandos
  - d) Circulares
  - e) Comunicación interpersonal
  - f) Reuniones
  - g) Capacitaciones
  - h) Talleres
  - i) Secretaría académica
  - j) Banners
  - k) Revistas
  - l) Murales informativos
  - m) Brochures
  - n) Boletines informativos
  - o) WhatsApp
  - p) Facebook
  - q) Skype
  - r) Correos electrónicos
  - s) Llamadas telefónicas
  - t) Página web de la universidad
  - u) Chismes
  - v) Rumores
  - w) Comentarios
  - x) Todas las anteriores
  - y) Ninguna de las anteriores
  - z) No sé

**Canales de comunicación**



- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**13. ¿Cómo se comunican generalmente su departamento académico con secretaría académica?**

- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**14. ¿Cómo cree usted que se comunica la encargada de registro académico con secretaría académica?**

- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**15. ¿Cómo percibe que se comunica la secretaría académica con el director del POLISAL?**

- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**16. ¿Cuáles son las formas comunicacionales con las que obtiene información académica de su carrera?**



- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**21. ¿De qué forma se comunica usted como estudiante con su docente?**

- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**22. ¿De qué forma se comunica usted como estudiante con su compañero de clases?**

- a) Comunicados
- b) Cartas membretadas
- c) Memorandos
- d) Circulares
- e) Comunicación interpersonal
- f) Reuniones
- g) WhatsApp
- h) Facebook
- i) Skype
- j) Correos electrónicos
- k) Llamadas telefónicas
- l) Chismes
- m) Rumores
- n) Comentarios
- o) Todas las anteriores
- p) Ninguna de las anteriores
- q) No sé

**Política de Comunicación Externa**

**23. ¿Posee el POLISAL normas de comunicación externa?**

- a. Sí
- b. No
- c. No sé

**24. ¿Existe un área específica donde se establezcan y regulen estas normas?**

- a. Sí
- b. No
- c. No sé

**25. ¿En qué momento el personal docente utiliza o cumple estas normas?**

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca

**26. ¿En qué momento el personal administrativo utiliza o cumple estas normas?**

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca

**27. ¿Cuenta el POLISAL con un plan de comunicación de crisis?**

- a. Sí
- b. No
- c. No sé

**28. ¿Cuenta el POLISAL con un vocero oficial de comunicación?**

- a. Sí
- b. No
- c. No sé

**29. En caso de divulgar una información, ¿quién es el que transmite el mensaje?**

- a. El vocero
- b. El director del POLISAL
- c. El director del departamento encargado
- d. Profesores
- e. Secretaría Académica
- f. Sub Dirección Administrativa
- g. Encargado de comunicación
- h. Todas las anteriores
- i. Ninguna de las anteriores
- j. No sé

**30. ¿A través de qué medio se transmite el mensaje?**

- a. Cartas membretadas
- b. Memorandos
- c. Circulares
- d. Ferias
- e. Pautas radiales
- f. Notas informativas
- g. Ruedas de prensa
- h. Avisos de prensa
- i. Dossier informativo
- j. Periódicos digitales
- k. Correo electrónico
- l. Página web UNAN
- m. Facebook
- n. Twitter
- o. YouTube
- p. Todas las anteriores
- q. Ninguna de las anteriores
- r. No sé

**31. ¿Existe algún medio que se utilice para divulgar la labor del POLISAL?**

- a. Sí
- b. No
- c. No sé

**32. ¿Qué tipo de medio utiliza el POLISAL para divulgar su labor?**

- a. Feria
- b. Campaña
- c. Jornada educativa
- d. Revista
- e. Semanario
- f. Todas las anteriores
- g. Ninguna de las anteriores
- h. No sé

**33. ¿Hacia quién está dirigido el medio que divulga el POLISAL?**

- a. Estudiantes
- b. Docentes
- c. Personal administrativo
- d. Público en general
- e. Todas las anteriores
- f. Ninguna de las anteriores
- g. No sé

**34. ¿Quién elabora el medio divulgado por el POLISAL?**

- a. Dirección general
- b. Subdirección docente
- c. Profesores
- d. Secretaría académica
- e. Subdirección administrativa
- f. Encargado de comunicación
- g. Estudiantes
- h. Todas las anteriores
- i. Ninguna de las anteriores
- j. No sé

### Extensión

**35. ¿Sabe usted que como parte de la extensión universitaria del POLISAL, este cuenta con Prácticas de Formación Profesional en Hospitales y Centros de Salud del MINSA, así como en centros y hospitales privados a nivel nacional?**

- a. Sí
- b. No

**36. ¿Conoce usted la existencia un convenio del POLISAL a nivel nacional o internacional?**



**Clasifique el rango según su criterio**

**46. ¿Cómo cree usted que es la imagen que proyecta el POLISAL?**

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	
Pésima	

**47. ¿Cómo considera el funcionamiento del POLISAL?**

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	
Pésima	

**48. ¿Cómo es la atención que brinda el personal administrativo del POLISAL?**

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	
Pésima	

**49. ¿Cómo es la atención que brinda el personal docente del POLISAL?**

Excelente	
Buena	
Regular	
Mala	
Pésima	



**Buenos días, somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, estamos realizando una entrevista, para diagnosticar la situación comunicacional del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL). ¡Muchas gracias por colaboración y tiempo!**

### **Entrevista Directivo y Encargado de Comunicación y Divulgación**

#### **Política de Comunicación Interna**

1. ¿Existe una política de comunicación interna en el POLISAL? ¿Quién se encarga de diseñarla y de ponerla en práctica?
  - a) ¿Qué hace el POLISAL para regular el cumplimiento de las políticas internas por parte del personal docente y administrativo?
  - b) ¿Divulgan o dan a conocer su política de comunicación interna? ¿Cómo lo hacen?
2. ¿Qué hace el POLISAL para funcionar internamente si no cuenta con una política de comunicación interna?

#### **Canales de Comunicación**

3. ¿Cómo utiliza el POLISAL los canales de comunicación como plataformas digitales y redes sociales?
  - a) ¿Qué recursos tecnológicos utilizan para poner en práctica estos canales?
  - b) ¿Cómo aseguran o se dan cuenta si la información llega correctamente por medio de los distintos canales de comunicación?

#### **Comunicación Interpersonal**

4. ¿Qué hace el POLISAL para que en su comunidad universitaria se dé una comunicación de persona a persona y que les llegue a todos por igual?
5. ¿Cómo usa el POLISAL los canales formales para que el mensaje llegue hasta cada uno y no se transmita mediante los canales informales?

#### **Política de Comunicación Externa**

6. ¿Existe una política de comunicación externa en el POLISAL? ¿Quién la utiliza y cuándo?
7. ¿Cómo hace el POLISAL para divulgar su labor a la comunidad universitaria?
8. ¿Se ha preparado un plan de crisis en el POLISAL? ¿Quién transmite el mensaje y mediante qué medio?
9. ¿Cómo hace el POLISAL para comunicarse con su público externo si no cuenta con una política de comunicación externa?

## **Extensión**

10. Actualmente, ¿qué convenios y alianzas tiene el POLISAL a nivel nacional e internacional? ¿Con cuáles hospitales e instituciones tiene alianzas?
  - a. ¿De qué manera se establecen los vínculos entre el hospital y el POLISAL para mantener la relación externa?
  - b. Además de las prácticas, ¿qué otro vínculo se forma entre los estudiantes y el hospital?
11. ¿Brinda el POLISAL servicios a la población en general y a la comunidad universitaria?  
¿De qué manera y por qué?

## **Imagen**

12. ¿Qué hace el POLISAL para proyectar su imagen como instituto a nivel universitario, nacional y centroamericano?
13. ¿Qué medios comunicacionales utiliza para proyectar su imagen? ¿Formales o plataformas digitales y redes sociales?



**UNAN-Managua**

**Buenos días, somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, estamos realizando una entrevista, para diagnosticar la situación comunicacional del Instituto Politécnico de la Salud “Luis Felipe Moncada” (POLISAL). ¡Muchas gracias por colaboración y tiempo!**

**Entrevista Externa Dra. Grillo**

**Política de Comunicación Externa**

1. ¿Cómo establece su comunicación institucional con el POLISAL?

**Extensión**

2. Actualmente, ¿qué convenios o alianzas tienen con el POLISAL?
  - a. ¿De qué manera se establecen los vínculos entre el hospital y el POLISAL para mantener la relación externa?
  - b. Además de las prácticas, ¿qué otro vínculo se forma entre los estudiantes y el hospital?
3. ¿Existe alguna política de atención a la población entre ustedes y el POLISAL?

**Imagen**

4. ¿Qué resultados obtienen de la relación entre el hospital y el POLISAL?
5. ¿Qué actividades realizan para proyectar la imagen interinstitucional entre el hospital y el POLISAL?



**Director del Instituto Politécnico de Salud “Luis Felipe Moncada”: Dr. Juan Francisco Rocha Anexo #10**



**Encargado de Comunicación del Instituto Politécnico de Salud “Luis Felipe Moncada”: Lic. Darwin Carrillo  
Anexo #11**



## Anexo #12

### Validación del plan con el experto



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

#### Preguntas

1. ¿Cuál es la importancia de tener una política de comunicación interna en una institución de la calidad y prestigio como lo es el POLISAL?
2. ¿Por qué es importante el uso correcto de los canales de comunicación internos y externos en dicha institución?
3. ¿Cuál es la importancia de que, en un instituto como el POLISAL, la transmisión de información se dé a través de la comunicación interpersonal y no mediante un canal informal?
4. ¿Para qué sirve tener una política de comunicación externa en una institución de la calidad y prestigio como lo es el POLISAL?

