	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<small>Documento</small> <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<small>Código</small> <b>F-AC-DBL-007</b>	<small>Fecha</small> <b>10-04-2012</b>	<small>Revisión</small> <b>A</b>
	<small>Dependencia</small> <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<small>Aprobado</small> <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<small>Pág.</small> <b>i(44)</b>

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>YELITZA CONTRERAS NAVARRO</b>		
FACULTAD	<b>FACULTAD DE EDUCACION ARTES Y HUMANIDADES</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>		
DIRECTOR	<b>MERY HELEM SANGUINO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA PROMOVER EL PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES QUE OFRECE EL HOSPITAL LOCAL DE AGUACHICA –CESAR.</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO Y OFERTA DE LOS SERVICIOS DEL HOSPITAL LOCAL DE AGUACHICA, LLEVÓ UN PROCESO DONDE FUE NECESARIO INTEGRAR, FOMENTAR Y PROMOCIONAR TODAS LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA INSTITUCIÓN, DONDE ESTAS TUVIERAN EL FIN DE CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS PLANTEADOS PARA EL DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 44	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:1



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA PROMOVER EL  
PROGRAMA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES QUE OFRECE EL HOSPITAL  
LOCAL DE AGUACHICA –CESAR.

AUTOR:

YELITZA CONTRERAS NAVARRO

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías presentado para optar el título de Comunicador  
Social

DIRECTORA:

MERY HELEM SANGUINO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Diciembre de 2016

## Índice

<b>Capítulo 1. Diseño de una estrategia de comunicación para promover el programa de prevención de enfermedades que ofrece el Hospital local de Aguachica –Cesar.....</b>	<b>6</b>
1.1 Descripción Breve De La Empresa.....	6
1.1.1 Misión.....	6
1.1.2 Visión .....	7
1.1.3 Objetivo De La Empresa .....	7
1.1.4 Descripción De La Estructura Organizacional.....	9
1.1.5 Descripción De La Dependencia Y/O Proyecto Al Que Fue Asignado.....	10
1.2. Diagnóstico Inicial De La Dependencia Asignada .....	10
1.2.1 Planteamiento Del Problema.....	12
1.3. Objetivos De Las Pasantías.....	13
1.3.1 Objetivo General .....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Descripción De Las Actividades A Desarrollar En La Misma .....	14
1.5 Cronograma De Actividades.....	15
 <b>Capítulo 2. Enfoques Referenciales .....</b>	 <b>16</b>
2.1. Enfoque Conceptual .....	16
2.2. Enfoque Legal .....	18
 <b>Capítulo 3. Informe Del Cumplimiento Del Trabajo .....</b>	 <b>22</b>
3.1. Presentación De Resultados .....	22
 <b>Capítulo 4.Diagnóstico Final.....</b>	 <b>27</b>
 <b>Capítulo 5. Conclusión.....</b>	 <b>28</b>
 <b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	 <b>28</b>
 <b>Referencias .....</b>	 <b>30</b>

**Tabla de figuras**

Figura 1 Organigrama del Hospital Local ..... 9

**Tabla de Tablas**

Tabla 1 Matriz Dofa, Fuente: Pasante.....	11
Tabla 2 Plan De Trabajo, Fuente: Pasante .....	14
Tabla 3 Cronograma de actividades; fuente: Pasante .....	15

## Lista de apéndices

Apéndice 1: Logo del Hospital.....	37
Apéndice 2: Diseño del Fan-Page de Facebook.....	37
Apéndice: 3 Diseño de piezas graficas.....	38
Apéndice 4 Diseño de piezas graficas.....	38
Apéndice 5 Boletines de prensa publicados en el Periódico Nuevo Sur.....	39
Apéndice 6 Cartelera Informativa.....	39

## Resumen

El diseño de una estrategia de comunicación para el posicionamiento y oferta de los servicios del Hospital Local de Aguachica, llevó un proceso donde fue necesario integrar, fomentar y promocionar todas las actividades desarrolladas en la institución, donde estas tuvieran el fin de cumplir con los objetivos planteados para el desarrollo y fortalecimiento de las comunicaciones.

Actividades como el rediseño y diseño de piezas de comunicación como volantes, afiches, folletos, entre otros, creación de perfil de las redes sociales, para el programa de intervenciones colectivas que se manejan en la institución, para la comunidad de Aguachica y así por medio de esta estrategia llegar de una manera sencilla y de fácil entendimiento a la difusión de prevención, tratamientos y curas de las diferentes enfermedades que existen.

Finalmente, la metodología aplicada en cada actividad, produjo el éxito en el desarrollo de las comunicaciones internas y externas, llevando al hospital posicionarse a nivel local y del sur del Cesar.

## Introducción

La comunicación es un proceso que tenemos desde el momento de llegar a la vida, donde los seres humanos compartimos información por medio de un intercambio verbal o no verbal.

En el siguiente trabajo se tuvo en cuenta para su rendimiento y desarrollo unas estrategias para mejorar la comunicación interna y externa de la institución que permitieran llevar a cabalidad actividades que fomenten y promocionen los diferentes servicios que brinda el Hospital Local de Aguachica, Cesar para su posicionamiento.

La comunicación nos permite explorar muchos ámbitos, y de esa manera cumpliendo con las estrategias y actividades estipuladas dentro del plan de trabajo, me permitió usar nuevas técnicas y procesos para dar a conocer los programas de prevención que maneja el Hospital Local de Aguachica y mejorar su comunicación interna como externa.



## Capítulo 1. Título

### Diseño de una estrategia de comunicación para promover el programa de prevención de enfermedades que ofrece el Hospital local de Aguachica –Cesar.

#### 1.1 Descripción breve de la Empresa

La E.S.E HOSPITAL LOCAL DE AGUACHICA, va encaminado en la calidad de la atención y bienestar al usuario y su familia; mediante la descripción de procesos y procedimientos estandarizados, la optimización de los recursos e incorporación de tecnología de punta y garantizando la seguridad del paciente en la atención de cada uno de los servicios que se ofrecen.

Este modelo permite satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios y su familia, en cuanto a la atención de salud; en el Sistema de Gestión de Calidad de la E.S.E HOSPITAL LOCAL DE AGUACHICA, establece la calidad en la atención como una estrategia compleja que le permite a la Organización una orientación hacia el logro de la política de Calidad; ésta es sometida a un análisis sistemático y evaluación periódica, que debe facilitar la identificación de los factores relevantes que están relacionados con los planes de mejoramiento y que permiten una toma de decisiones centrados en el usuario, esto proporcionará un atención segura y comunicativa cumpliendo los requerimientos.

**1.1.1 Misión.** Nuestro compromiso es la satisfacción de las necesidades de los usuarios y pacientes, mediante la promoción de la salud y la prevención de las enfermedades, con enfoque en atención primaria; desarrollado por un equipo de talento humano altamente calificado, autónomo, responsable, estratégico, competitivo y motivado a brindar un servicio con calidad.

**1.1.2 Visión.** Para el 2020, seremos líderes en la prestación del servicio de primer nivel de atención con calidad y excelencia, por medio del fortalecimiento de la red integral de salud; proyectado a brindar asistencia de mediana complejidad.

### **1.1.3 Objetivo de la Empresa**

Los servidores públicos y/o contratista de Empresa Social del Estado Hospital Local de Aguachica se comprometen a orientar su trabajo bajo los siguientes valores.

**Honestidad:** El servidor público y/o contratista actuara con pudor, decoro y recato tendrá responsabilidad consigo mismo y con los demás, en relación con la calidad de su trabajo el compromiso con la empresa y el desarrollo de sus funciones, dando ejemplo de rectitud ante los demás servidores públicos y ante la comunidad general.

**Respeto:** Es la atención y consideración para con los demás y consigo mismo, cuidando de no mellar la dignidad humana.

**Compromiso:** El servidor público y/o contratista debe reflejar con su trabajo y desempeño, el compromiso con la empresa y con la comunidad en su condición de empleados públicos.

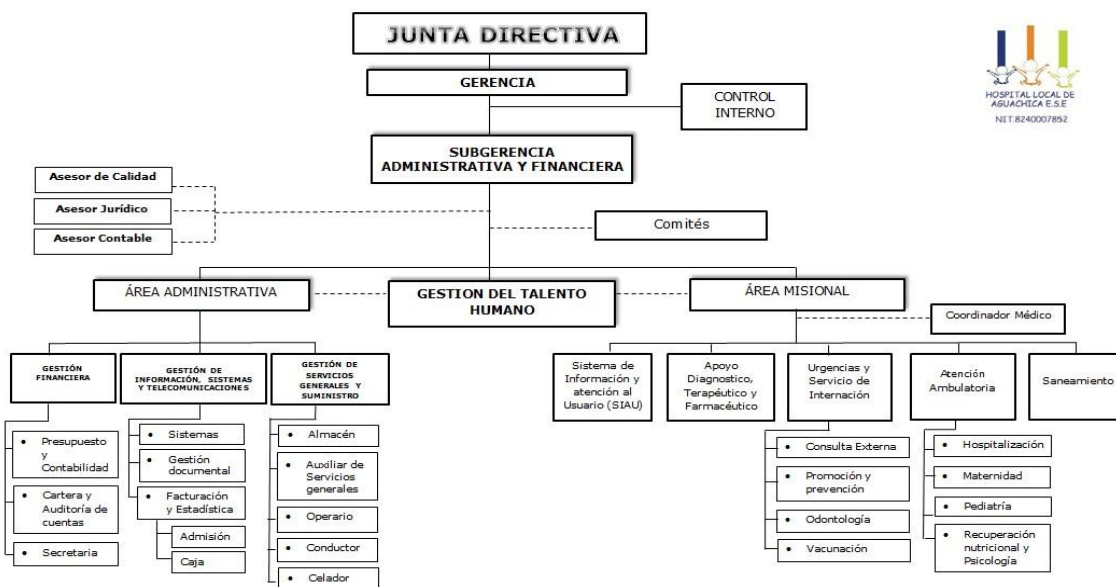
Lealtad: Es asumir el compromiso de fidelidad, respeto y rectitud, actuando siempre en bien de la institución y con amplio sentido de pertenencia.

Trabajo en equipo: Intercambio de acciones, experiencias e ideas para lograr un resultado, armonizando sus acciones para el cumplimiento de metas propuestas y asegurando un rápido y efectivo desarrollo de los objetivos comunes.

Solidaridad: Entendida esta como el sentimiento que impulsa a los servicios y/o contratistas de la entidad a prestarse ayuda mutua, adoptando una forma de comportamiento que acarree beneficios para la vida individual y empresarial.

Ética: Conducta personal puesta de manera estable y honrada al servicio de los demás y en beneficio propio, a impulsos de la propia vocación con la dignidad que corresponde a la persona humana.

**1.1.4. Descripción de la estructura organizacional.** Los servidores públicos y/o contratista de Empresa Social del Estado Hospital Local, son descritos específicamente en la estructura implementada por la institución en el que menciona cada dependencia y cada área de la institución..



**Figura 1 organigrama del Hospital Local de Aguachica, Cesar**

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.** El Hospital Local de Aguachica, Cesar entre sus misiones está liderar y ejecutar todos los procesos administrativos y financieros que le corresponde desarrollar a una empresa social del estado. Además cuenta con el área de comunicaciones cuyo propósito fundamental está en desarrollar estrategias para contribuir al mejoramiento de sus servicios y alertar a la comunidad en la prevención de enfermedades. También busca promover la participación de la ciudadanía en las diferentes campañas que se implementan para el bienestar de todos, a través de los medios comunicacionales existentes y los requeridos para el fortalecimiento de una cultura ciudadana propia.

## **1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

La comunicación en una organización u empresa es de gran importancia, ya sea interna o externa, gracias a esta el trabajo en equipo todo es más eficiente, ayudando a que las áreas involucradas estén de cierta forma interconectada y con un mismo fin en común, que es el mejoramiento continuo de todos los procesos de la empresa. Esto permite que la productividad sea alta y que los resultados sean favorables para la Institución.

El Hospital Local de Aguachica tiene sus falencias a nivel regional donde todavía predomina la falta de comunicación externa para dar a conocer toda la información que genera cada una de las dependencias diariamente, entre estas la falta de fortalecimiento a los programas de prevención de enfermedades de los cuales muchos de los usuarios no están informados y de los cuales no se encuentran orientados a hacer parte de los mismos.

Tabla 1

## DOFA

	Lista de fortalezas	Lista de Debilidades
<b>Factores Internos</b>	<b>F 1. La información difundida es verídica, confiable, clara y efectiva.</b>	<b>D1. Falta de equipos para el cubrimiento de la información.</b>
<b>Factores Externos</b>	<b>F 2. Se cuenta con el uso de los medios digitales y redes sociales.</b>	<b>D2. No hay veracidad de la información debido a la falta de actualización de la misma.</b>
	<b>F 3. Se cuenta con personal</b>	<b>D3. Falta de estrategias para promover a los programas de prevención de enfermedades.</b>
<b>Lista de Oportunidades</b>	<b>FO</b>	<b>DO</b>
<b>O1. Hay reconocimiento de la empresa y la excelencia de la misma debido a la atención y la prestación de servicios.</b>	<i>Estrategias para maximizar tanto las F como las O.</i>	<i>Estrategia para minimizar las D y maximizar las O.</i>
<b>O2. Se cuenta con el apoyo de otras entidades que hacen parte del Hospital que generan información y que brindan orientación a los usuarios.</b>	<b>1. Actualización de la información que es publicada por las redes sociales y fortalecimiento de la misma. (O1, F2, F3)</b>	<b>1. Fortalecer el proceso comunicativo entre las dependencias del Hospital. (O1,D2)</b>
<b>Lista de Amenazas</b>	<b>FA</b>	<b>DA</b>
<b>A1. Falta de actualización de información divulgada por todos los medios de comunicación.</b>	<i>Estrategia para fortalecer la imagen de la institución y minimizar las amenazas.</i>	<i>Estrategias para minimizar tanto las A como las D.</i>
<b>A2. No hay conocimiento de las promociones que se ofrecen para los programas de prevención de enfermedades.</b>	<b>1. Creación de piezas gráficas que difundan un contenido informativo sobre prevención de enfermedades. (A1, A2, F1)</b>	<b>1. Mejorar el proceso de orientación para el fomento de los Programas de prevención de enfermedades.</b>
<b>A3. Falta de orientación educativa hacia los programas de prevención de enfermedades.</b>		

Fuente: Pasante

**1.2.1 Planteamiento del problema** . “La Comunicación estratégica, pretende avanzar un paso más allá, integrando diferentes técnicas comunicacionales en los territorios restringidos de productos y las marcas. La comunicación debe ser articulada de manera inteligente a través de una gestión global y con la aplicación lógica eminentemente estratégica” Daniel Scheinsohn (2009).

Hoy en día vemos claramente como el uso de las Tics se ha convertido en una fuerte fuente de información, donde se está exigiendo una rápida y oportuna investigación al momento de dar algo a conocer, de lanzar una noticia y de poder promocionar cualquier entidad o actividad. Estas herramientas tan importantes son ya parte del manejo que debe haber en el Hospital Local de Aguachica - Cesar, donde el equipo de Prensa y Comunicaciones empezará a promocionar cada día más con constantes actualizaciones.

Se resalta que el Hospital Local de Aguachica cuenta con un portal web que está en un proceso de actualización y que será aprovechado de la mejor manera con los distintos manejos que se ofrecerán al público en general.

¿Cuál es la estrategia comunicativa que se desarrollara para dar a conocer el programa de prevención de enfermedades y la imagen del Hospital Local de Aguachica?

### 1.3 Objetivos de las pasantías

#### **1.3.1 Objetivo General**

Desarrollar una estrategia comunicativa para promover el programa de prevención de enfermedades que ofrece el hospital local de Aguachica –cesar

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

Realizar un diagnóstico situacional del Hospital Local De Aguachica

Determinar un plan estratégico de comunicación para el fortalecimiento de la imagen interna y externa del Hospital Local De Aguachica.

Desarrollar el plan estratégico de comunicación interna y externa para Hospital Local De Aguachica



## 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

**Tabla 2. Plan De Trabajo**

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
Desarrollo de una estrategia comunicativa para promover el programa de prevención de enfermedades que ofrece el hospital local de Aguachica –cesar.	1. Establecer un diagnóstico de la situación actual de los flujos de comunicación del Hospital Local De Aguachica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indagar al personal sobre la comunicación en la empresa.</li> <li>- Realizar campañas institucionales en busca de una buena comunicación.</li> <li>- A través de eventos, pausas activas y demás actividades fortalecer la comunicación y la integración con todo el personal.</li> </ul>
	2. Determinar un plan estratégico de comunicación para el fortalecimiento de la imagen interna y externa del Hospital Local Aguachica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización de la cartelera informativa.</li> <li>- Crear redes sociales.</li> </ul>
	3. Desarrollar el plan estratégico de comunicación interna y externa para el Hospital Local Aguachica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar boletines de prensa</li> <li>- Proponer el diseño de afiches y piezas gráficas publicitarias</li> <li>- Puesta en marcha de las acciones comunicativas específicas contempladas dentro del plan estratégico.</li> </ul>

Fuente: Pasante

### 1.5 Cronograma de actividades

**Tabla 3. Cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	MES 1 AGOSTO				MES 2 SEPTIEMBRE				MES 3 OCTUBRE				MES 4 NOVIEMBRE				
	Semanas				Semanas				semanas				Semana				
1. Indagar al personal sobre la comunicación en la empresa.																	
1. Realizar campañas institucionales en busca de una buena comunicación.			X	X	X												
1. A través de eventos, pausas activas y demás actividades fortalecer la comunicación y la integración con todo el personal.			X	X													
2. Actualización de la cartelera informativa					X	X	X	X									
2. Crear redes sociales						X	X	X									
2. Realizar boletines de prensa									X	X	X						
2. Proponer el diseño de afiches y piezas gráficas publicitarias												X	X				
3. Puesta en marcha de las acciones comunicativas específicas contempladas dentro del plan estratégico.									X	X	X	X	X	X	X	X	

Fuente: Pasante

## Capítulo 2. Enfoque referenciales

### 2.1. Enfoque conceptual

**Administración Pública:** La Administración Pública es aquella función del Estado que consiste en una actividad concreta, continua, práctica y espontánea de carácter subordinado a los poderes del Estado y que tienen por objeto satisfacer en forma directa e inmediata las necesidades colectivas y el logro de los fines del Estado dentro el orden jurídico establecido y con arreglo a este. La administración pública en la secretaria ejecutiva de la alcaldía se maneja bajo la autoridad del alcalde como el principal responsable del ente a la hora de dar trámite a los procesos o de dar solución a cualquier inconveniente que se presente con el fin de mantener el orden jurídico establecido.

**Función pública:** La función pública nace dentro de un proceso de limitación al poder real y el absolutismo y a dicho fin se encaminaron los esfuerzos por generalizar en la administración pública los dos elementos nucleares que fueron inamovilidad y la objetividad en el ingreso. A lo largo de la historia podemos observar cómo han surgido los elementos configurativos del servidor público.

**Objetivo:** Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión, tratándose de una organización, o a los propósitos institucionales, si se trata de las categorías programáticas, que puede considerarse como una expresión cualitativa de un propósito en un periodo determinado; el objetivo debe

responder a la pregunta “qué” y “para qué”. En programación es el conjunto de resultados cualitativos que el programa se propone alcanzar a través de determinadas acciones.

**Estrategia:** Principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desee llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos. Se pueden distinguir tres tipos de estrategias, de corto, mediano y largo plazos según el horizonte temporal. En otras palabras constituye la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas nacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteadas.

## **Comunicación**

**Según (MILLER, s.f., pág. 1)**“La comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Entendiéndose como la función indispensable de las personas y de las organizaciones mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros.”

**Para María del Socorro Fonseca,** comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes"

**Según Stanton, Etzel y Walker**, la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte"

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

**Según Idalberto Chiavenato**, comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"

**Robbins y Coulter** nos brindan la siguiente definición: "Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados" (Thompson, s.f.)

## **2.2. Enfoque legal**

En Colombia, la normatividad frente a derechos de autor tuvo su inicio en la **ley 23 de 1982**, donde reconoce a los autores de obras literarias y artísticas (entre estas las musicales), un conjunto de prerrogativas de tipo moral y patrimonial que en el caso de las segundas le facultan para autorizar de manera previa y expresa cualquier utilización que sobre las mismas se pretenda adelantar.

Como una de las características fundamentales del derecho de autor, en cuanto hace a su contenido patrimonial, es que se trata de un derecho exclusivo, sólo su titular decide la forma en que puede ser utilizada la creación.

**La ley 23 1982:** En el Artículo 12 y 13 hace referencia a los derechos patrimoniales en los siguientes términos:

**Artículo 12.** El autor de una obra protegida tendrá el derecho exclusivo de realizar o de autorizar uno cualquiera de los actos siguientes:

- a) Reproducir la obra;
- b) Efectuar una traducción, una adaptación, un arreglo o cualquier otra transformación de la obra, y
- c) Comunicar la obra al público mediante la representación, ejecución, radiodifusión o por cualquier otro medio.” (Ley sobre derechos de autor, 1982)

**Artículo 13.** El autor o, en su caso, sus derechohabientes, tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;
- b) La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;
- c) La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;
- d) La importación al territorio de cualquier País Miembro de copias hechas sin autorización del titular del derecho;

- e) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra (Leyes y reglamentos / Comunidad Andina de Naciones, 1993)

## **Decisión 351 de 1993**

### **Régimen común sobre Derecho de Autor y derechos conexos**

#### **Capítulo X**

##### **De los derechos conexos**

**Artículo 39:** Los organismos de radiodifusión gozan del derecho exclusivo de autorizar o prohibir:

- a) La retransmisión de sus emisiones por cualquier medio o procedimiento;
- b) La fijación de sus emisiones sobre una base material; y,
- c) La reproducción de una fijación de sus emisiones.

**Artículo 40:** La emisión a que se refiere el artículo anterior, incluye la producción de señales portadoras de programas con destino a un satélite de radiodifusión o telecomunicación, y comprende la difusión al público por una entidad que emita o difunda emisiones de otras, recibidas a través de cualquiera de los mencionados satélites.

**Artículo 41:** El término de la protección de los derechos de los organismos de radiodifusión, no podrá ser menor a cincuenta años, contado a partir del primero de enero del año siguiente a aquél en que se haya realizado la emisión.

**Artículo 42:** En los casos permitidos por la Convención de Roma para la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión, las legislaciones internas de los Países Miembros podrán establecer límites a los derechos reconocidos en el presente Capítulo. (Leyes y reglamentos / Comunidad Andina de Naciones, 1993) cabe resaltar que en el artículo 20 de la constitución política de Colombia hace énfasis a la libre expresión.

### **Constitución política de Colombia**

**Artículo 20:** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Constitución Política de Colombia, s.f.)



## Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo

### 3.1. Presentación de resultados

#### **Objetivo**

**Establecer un diagnóstico de la situación actual de los flujos de comunicación del Hospital Local De Aguachica.**

#### **Actividad 1**

**Acompañamiento en organización, desarrollo y planeación de soluciones de eventos de la institución.**

La Empresa Social del Estado Hospital Local De Aguachica, habitualmente realiza actividades de promoción de la salud y prevención de enfermedades, algunas son dedicadas a la comunidad de Aguachica y sus alrededores, como otras son dedicadas al personal interno de la ESE, la importancia de liderar ciertos eventos, me permito darme a conocer en todas las dependencias, logrando ser pieza fundamental y clave al momento de manejar las comunicaciones para la divulgación, realización y presentación de dichas actividades.

Todas las actividades presentadas durante estos 4 meses tuvieron un cubrimiento a totalidad por parte del equipo de comunicación y prensa, que fueron emitidos por todos los medios locales y en las carteleras internas de la institución se instalaban los boletines de prensa.

Algunos de esos eventos fueron:

### **Actividad 3**

#### **Capacitación sobre Comunicación Asertiva al personal interno de la ESE. (Fotografía 1)**

La Capacitación es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal, esta capacitación surge de los cambios continuos en la actividad de las organizaciones, prácticamente ya no existen puestos de trabajo estáticos. Cada persona debe estar preparada para ocupar las funciones que requiera la empresa. La comunicación asertiva está compuesta por una serie de habilidades que se muestran en la comunicación con los demás. Este repertorio hace que una persona sea capaz de expresar sus opiniones y sentimientos claramente y con respeto. Esta capacitación se realizó el 18 de Agosto en horas de la mañana en el Auditorio de la sede Barahoja.

#### **Día del Corazón.**

#### **(Fotografía 2)**

El día del corazón tuvo como objetivo ofrecer un espacio lúdico y educativo para promover y reflexionar la importancia de ser activos con nuestro corazón, se llevó a cabo el día 30 de Septiembre en las instalaciones de la sede Barahoja, donde hizo presencia del Alcalde del

municipio y el gerente de la institución quien participo de todas las actividades realizada ese día, también se contó con el apoyo del personal interno y externo de la ESE.

### **Día de la sonrisa**

#### **(Fotografía 3)**

Esta actividad se realiza todos los años el primer viernes del mes de Octubre y este año se celebró el día 02 de Octubre en las instalaciones de la sede Barahoja, el cual tenía como objetivo fomentar la alegría y que por un día fuéramos amables con todo el mundo, con el lema de “regala una sonrisa es gratis”, la actividad termino con éxito, tuvimos la participación del payaso del IMDREC, quien realizo actividades recreativas a todo el personal interno y externo.

### **Actividad 2. Planeación y ejecución de la campaña Salud en tu barrio.**

#### **(Fotografía 4)**

El Hospital Local de Aguachica construye un entorno de participación comunitaria con base en las promoción de la salud y prevención de la enfermedad en los barrios, veredas y corregimientos del municipio de Aguachica ,llevando la salud a la puerta de su casa, ofreciendo así los servicios de consultas Médicas y atención Odontológica, Talleres Educativos en temas de Salud Ambiental, Erradicación de Criaderos de Zancudos, Manejo Adecuado de Residuos Sólidos, Estilos de vida saludable, Actividades Lúdicas y recreativas a toda la comunidad, estas jornada se hacen 2 veces a la semana los días Martes y Jueves.

**Objetivo 2:**

**Determinar un plan estratégico de comunicación para el fortalecimiento de la imagen interna y externa del Hospital Local De Aguachica.**

**Actividad 1****Actualización de la cartelera informativa****(Fotografía 5)**

Las Carteleras Informativas son un medio ideal para dar a conocer campañas de la entidad (comerciales, administrativas, financieras, sociales, culturales, etc.) y para estimular actitudes en los equipos de trabajo hacia metas generales de la organización, esta cartelera se instaló el día 05 de Octubre.

**Actividad 2****Realizar boletines de prensa****(Fotografía 6)**

Los boletines de prensa son otra herramienta que nos permite tener informados a toda la comunidad de Aguachica de todas las actividades que se realizan dentro y fuera del Hospital, estos boletines son publicados todos los viernes por un periódico regional que se llama El Nuevo Sur.

## **Actividad 6**

### **Crear redes sociales**

#### **(Fotografía 7)**

Facebook se ha abierto mucho recientemente a la actividad institucional, y permite a las empresas desarrollar una presencia potente, que pueden usar para relacionarse con sus clientes de una manera nueva y mejor. Una empresa que tiene una Página en Facebook (y la usa bien) tiene una ventaja sobre otra que no la tenga, de allí la necesidad de que la empresa social del Estado creara su página de Facebook con el objetivo de tener un contacto más directo con todos los usuarios, teniéndolos informados de todas las actividades que se realizan interna y externamente en la empresa.

#### Capítulo 4. Diagnóstico final

El trabajo realizado en el Hospital Local de Aguachica, reflejó el buen manejo que se dio en la parte interna de la oficina de la pasante prensa y comunicaciones y la organización en todo, de la mano con el jefe de recursos humanos, cada uno de las actividades y eventos a realizar. Inicialmente no hay comunicadora por ende no tenía oficina de prensa y por eso no tenía un orden establecido para cumplir con los compromisos que cada día la institución requería por parte del equipo de comunicaciones, obstaculizando e interviniendo de manera efectiva los procesos comunicativos al realizarse cualquier tipo de actividades. Desarrollar estrategias de comunicación óptimas para el posicionamiento, para promover el programa de prevención de enfermedades que ofrece el hospital local de aguachica –cesar; mejorar las comunicaciones, contribuyeron a que los procesos comunicativos actualmente sean primordiales para la institución y sobre todo que las demás dependencias del hospital sientan seguridad al momento de hacernos partícipes en sus actividades. El diseño de las piezas comunicativas para los programas de Intervención Colectiva, las nuevas técnicas que se realizaron para la actualización de todas las redes sociales, la información compartida para empleados y personal en general mediante las carteleras internas del hospital, el acompañamiento en todos los eventos ,entre otras actividades, afianzaron el posicionamiento del Hospital Local de Aguachica.

## Capítulo 5. Conclusión

El buen manejo de las herramientas comunicativas y las nuevas estrategias para fortalecer las comunicaciones internas y externas de la institución, lograron que los objetivos planteados se implementaran funcionando de la manera correcta, evidenciando que los procesos realizados ayudan al fortalecimiento de las comunicaciones y así mismo reflejar resultados efectivos para el Hospital. El diseño de nuevas piezas estratégicas de comunicación y las nuevas técnicas empleadas para brindar una información adecuada, posicionar y ofrecer los programas y servicios del hospital, ayudó a consolidar el desarrollo idóneo a la oficina de comunicación y recursos humanos. Todas las actividades y eventos realizados se llevaron a cabo con un fin de contribuir a que la imagen y comunicación interna y externa del hospital mejoraran y fuera reconocida como una empresa responsable y eficaz, donde las comunicaciones juegan un papel muy importante y actualmente cumplieron con los parámetros establecidos para un triunfo colectivo, mostrando resultados apropiados para poder cumplir con dicha acreditación.

El manejo de redes sociales y diseños de nuevas piezas graficas ayudo a que no solo la comunidad del municipio se interesara por informarse sobre los programas, sino también las personas de todo el sur del Cesar están informados y tiene una buena recepción e imagen ante todos.

## Capítulo 6: Recomendaciones

Que los procesos llevados a cabo en el recorrido de un pasante, no se rompan inmediatamente éste deje su función. Puesto que las estrategias planteadas tienen cierto grado de trabajo que permiten que las comunicaciones se consoliden y al momento de empezar este proceso con una nueva persona, el trabajo hecho anteriormente se pierda.

Es muy importante que se cree e independice de recursos humanos el departamento de Prensa y Comunicaciones para que tome espacio en el organigrama que constituye a la Empresa Social del Estado.

Seguir brindando la oportunidad a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, para que realicen su proceso de pasantías o prácticas profesionales en la empresa.

La última recomendación es que se generen recursos para poder disponer de materiales tecnológicos como cámaras y grabadoras para poder crear un circuito en donde todos los trabajadores y usuarios estén informados.



## Referencias

- Thompson, I. (s.f.). *Definición de Comunicación*. Recuperado el 20 de agosto de 2106, de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>
- Rodríguez I. (s.d de s.m de 2004). Gerencie. Obtenido de <http://www.gerencie.com/objetivo.html>
- Constitución Política de Colombia*. (s.f.). Recuperado el 15 de septiembre de 2016, de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20>
- Moreno, E. (2005). *Communication & Society*. Recuperado el 18 de julio de 2016, de [http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=65](http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=65)
- España BOE. (2010). *Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común*, en *Boletín Oficial del Estado*, de 27 de noviembre 2010, N.285, p 4.
- Rodríguez L. (2009). “*Derecho Administrativo General y Colombiano*”. 15a. Edición. Ed TEMIS. Bogotá- Colombia.
- González M (1987). *La función pública en Colombia*, 2a ed. Bogotá, Librería Jurídica Wilches. p. 4.

Hernández, P. (2011). “Evolución de la carrera administrativa y principios constitucionales del modelo de función pública en Colombia. Bogotá

## **Apéndices**

## Apéndice A. Publicidad

Figura 1. Logo del hospital Local de Aguachica



Figura 2. Fan-Page Facebook



Fuente: pasante

**Figura 3. Diseño de piezas graficas**

## SALUD EN TU CORREGIMIENTO

El Hospital Local construye un entorno de participación comunitaria con base en las promoción de la salud y prevención de la enfermedad en los barrios del municipio de Aguachica.

- **Vincúlate y Participa de los Sigüientes Servicios :**
- 1. Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad
- 2. Atención Odontológica.
- 3. Talleres Educativos en temas de Salud Ambiental, Erradicación de Criaderos de Zancudos, Manejo Adecuado de Residuos Solidos y Estilos de vida saludable.
- 4. Actividades Lúdicas y recreativas.



Martes  
13 Diciembre  
Corregimiento:  
Santa Lucia

#SumateSaludEnTuBarrio.

*Fuente: pasante*

**Figura 4. Diseño de piezas graficas**

3 de diciembre

# DÍA DEL MÉDICO





El arte de curar exige conocimiento, esfuerzo. Requiere vocación, trabajo y solidaridad. Inspira respeto y agradecimiento. Por todo ello, hacemos llegar nuestro más sincero reconocimiento a quienes diariamente dan lo mejor de sí por la salud de sus semejantes.

*Fuente: pasante*

Figura 5. Boletines de prensa publicados en el Periódico Nuevo Sur



Fuente: Pasante

Figura 6. Cartelera Informativa



Fuente: pasante

**Apéndice B. Registro fotográficos**

*Fotografía 1*



Fotografía: 2



Fotografía 3





*Fotografía 4*



*Fotografía: 5*



*Fotografía 6*



*Fotografía 7*