 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigente Ministerio	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado		Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(63)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	GINETH PAOLA URIBE ACOSTA
FACULTAD	EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	CARLOS ADRIAN JESÚS SANCHEZ GARCIA
TÍTULO DE LA TESIS	CREACIÓN DE UN MANUAL DE COMUNICACIONES PARA LA E.S.E HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DE OCAÑA

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

CON LA FINALIDAD DE TENER UN DIRECCIONAMIENTO DE LA INFORMACIÓN QUE SE EMITE DESDE LA OFICINA DE PRENSA Y COMUNICACIONES A NIVEL INTERNO, EXTERNO E INTERMEDIO EN EL HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES, SE REALIZA EL MANUAL DE COMUNICACIONES BAJO LA LEY 1712 DEL 2014 QUE PERMITE EL FLUJO DE INFORMACIÓN TRANSPARENTE Y VERAZ DE LA INSTITUCIÓN.

ESTE DOCUMENTO CUENTA CON VARIAS POLÍTICAS DE PUBLICACIÓN, TIPS DE ENTREVISTAS, DIRECTRICES DE CREACIÓN DE CONTENIDOS NOTICIOSOS, ETC.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
----------	---------	----------------	-----------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

CREACIÓN DE MANUAL DE COMUNICACIONES PARA LA ESE HOSPITAL

EMIRO QUINTERO CAÑIZARES DE OCAÑA

GINETH PAOLA URIBE ACOSTA

TRABAJO PRESENTADO EN MODALIDAD DE PASANTÍAS PARA OBTENER

EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL

DIRECTOR

CARLOS ADRIÁN SÁNCHEZ GARCÍA

Comunicador Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

INDICE

Capítulo 1. Propuesta de Manual de comunicaciones para la ESE Hospital Emiro Quintero Cañazares de Ocaña	1
1.1 Descripción de la empresa.....	1
1.1.1 Misión.....	1
1.1.2. Visión	2
1.1.3. Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4. Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.5. Descripción de la dependencia	6
1.2 Diagnóstico inicial de la oficina de Prensa y Comunicaciones	7
1.2.1 Planteamiento del problema.	8
1.3 Objetivos de la pasantía.....	10
1.3.1Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar.....	10
Capítulo 2. Marco referencial	14
2.1 Marco conceptual	14
2.2. Marco legal	17
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	19
3.1Presentación de resultados.....	19
3.1.1 Objetivo específico 1	19
3.1.2 Objetivo específico 2.....	33
3.1.3 Objetivo específico 3.....	35
Capítulo 4. Diagnóstico Final	41
Capítulo 5. Conclusiones	43
Capítulo 6. Recomendaciones.....	44
Referencias.....	45
Apéndice	47

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA.	6
Tabla 2. Plan de actividades.....	9

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama del Hospital Emiro Quintero Cañizares.....	4
Figura 2. Diferentes tipos de públicos y su rol en la dinámica del día a día institucional.....	20
Figura 3. Públicos que maneja la E.S.E.....	23
Figura 4. Resultado del nivel jerárquico del hospital.....	26
Figura 5. Resultado de la encuesta sobre el conocimiento de comunicación interna.....	27
Figura 6. Resultado de la encuesta sobre el conocimiento de comunicación externa.....	27
Figura 7. Estadística de los resultados de los públicos que maneja la E.S.E.....	28
Figura 8. Estadísticas de los resultados sobre los tipos de públicos que maneja las diferentes áreas de la entidad de salud.....	29
Figura 9. Resultado de la encuesta sobre los medios que maneja la Empresa Social del Estado.....	30
Figura 10. Estadística de los resultados sobre los medios de comunicación a nivel interno.....	30
Figura 11. Estadística de los resultados de los resultados de los medios de comunicación externa.....	31
Figura 12. Resultado sobre la encuesta de la importancia de crear un manual de comunicaciones.....	31

Lista de fotografías

Fotografía 1: Diálogo con el jefe de prensa para conocer las áreas del hospital.....	21
Fotografía 2: Desarrollo del mapa de los públicos del centro asistencial.....	21
Fotografía 3: Realización de encuesta virtual a los líderes de las áreas del centro de salud.....	24
Fotografía 4: Diseño del mapa de procesos comunicativos del hospital.....	24
Fotografía 5: Realización de encuesta a los líderes de la E.S.E y con los resultados realizar el documento diagnóstico.....	32
Fotografía 6: Entrevistas y cubrimiento de actividades externas de la Empresa Social del Estado.....	36
Fotografía 7: Evidencia de la publicación en las redes sociales de la E.S.E sobre el cubrimiento de actividades externas.....	37
Fotografía 8: En el manual de comunicaciones se pueden evidenciar las políticas que se realizaron para las publicaciones.....	38
Fotografía 9: Diseño del manual de comunicaciones con los colores y logos institucionales	39

Introducción

La comunicación es un proceso indispensable en el ser humano que permite transmitir un mensaje verbal, escrito o a través de señas. Esta se puede transferir por diferentes canales que permiten la difusión en varios lugares, creando así un contacto con la empresa y el público de interés.

Los avances digitales cada vez toman más fuerza en las personas, ya que las tecnologías representan inmediatez, sobre todo, en temas de información y comunicación. Cuando se inició con los temas digitales se creía que sería una amenaza para los medios tradicionales; pero, con el paso del tiempo se encontró en este espacio una forma inmediata de informar.

Una empresa se puede posicionar gracias a los contenidos e influencias que pueda tener en internet, manejando una responsabilidad con sus publicaciones y teniendo unas pautas de publicación que generen interés en los públicos internos y externos.

Sin embargo, el Hospital Emiro Quintero Cañizares no cuenta con un manual de comunicaciones que soporte la información que se emite desde la oficina de prensa y comunicaciones, es por eso que el presente proyecto busca crear el contenido con una serie de actividades que logren cumplir con los objetivos planteados.

Resumen

En el presente trabajo se pretende exponer las diferentes actividades planteadas que se realizaron en el Hospital Emiro Quintero Cañizares en conjunto con la oficina de prensa y comunicaciones de esta institución, para llevar a cabo la creación del manual de comunicaciones durante el periodo de pasantías. Todas las actividades que se adelantaron, conjuntamente con las que me fueron asignadas por el jefe inmediato como apoyo a la labor de la oficina, me permitieron crear una radiografía de la situación comunicacional de la ESE y sus procesos inmediatos, con el ánimo de dejar una propuesta de manual de comunicaciones que permita facilitar la comunicación a nivel externo, intermedio e interno. El trabajo, realizado con ayuda de los funcionarios de la ESE, también permitió la identificación de los principales procesos y actores en materia de comunicación y el rol que cumplen dentro del diario vivir de la institución.

Capítulo 1. Propuesta de Manual de comunicaciones para la ESE Hospital

Emiro Quintero Cañizares de Ocaña.

1.1 Descripción de la empresa

El hospital Emiro Quintero Cañizares es una Institución pública, adscrita al Instituto Departamental de Salud de Norte de Santander, en el año de 1965 del 29 de Diciembre, se le da vida jurídica como Empresa Social del Estado. Actualmente está consolidada como una institución de baja y mediana complejidad que presta el servicio a la población pobre no asegurada, subsidiada, contributivo y régimen especial, que integra un amplio equipo conformado por profesionales y auxiliares de salud que trabajan por brindar atención de calidad a todos los usuarios de Ocaña y veredas cercanas.

1.1.1 Misión. Somos una Empresa Social del Estado que presta servicios de salud de baja, mediana y alta complejidad en la Provincia de Ocaña, con altos estándares de calidad y mejora continua a los usuarios del sistema general de seguridad social en salud en la sede principal y redes integradas; basadas en la participación social, el desarrollo del Talento Humano, la relación docencia - servicio e investigación, con tecnología apropiada y en pro de la sostenibilidad financiera, respetando la dignidad del individuo, con enfoque diferencial, enfoque de género, enfoque de derechos, logrando satisfacer las necesidades en salud.

1.1.2. Visión. Para el año 2023 ser reconocida en el Nororiente Colombiano como una institución líder en salud, en la prestación de servicios, modelo en la atención, acreditada, promoviendo la gestión del conocimiento a través de la atención humanizada para mejorar la salud de la comunidad, enfocada a la población materno-infantil.

1.1.3. Objetivos de la empresa. Contribuir al desarrollo social de la región mejorando la calidad de vida, y reduciendo la morbilidad, la mortalidad, la incapacidad y la angustia evitables en la población usuaria, en la medida en que esté a su alcance.

- Producir servicios de salud eficientes y efectivos, que cumplan con las normas de calidad establecidas de acuerdo con las reglamentaciones que se expida para tal propósito.

- Garantizar, mediante un manejo gerencial adecuado, la rentabilidad social y financiera de la empresa.

- Ofrecer a las Empresas Promotoras de Salud y demás personas naturales o jurídicas que lo demandan, servicios y paquetes de servicios a tarifas competitivas en el mercado.

- Satisfacer los requerimientos del entorno, adecuando continuamente sus servicios y funcionamiento.

- Garantizar los mecanismos de participación ciudadana y comunitaria establecidos por la ley y los reglamentos.

- Prestar servicios de salud que satisfagan de manera óptima las necesidades y expectativas de la población en relación con la promoción, el fomento y la conservación de la salud y la prevención, tratamiento y rehabilitación de la enfermedad.

- Satisfacer las necesidades esenciales y secundarias de salud de la población usuaria a través de acciones gremiales, organizativas, técnico-científicas y técnico-administrativas.

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional. La estructura es la base fundamental de la empresa donde se realiza las divisiones de las actividades para formar departamentos y posteriormente definir la autoridad con la finalidad de alcanzar los objetivos, pero también todo lo que surge de manera espontánea de la interacción entre los integrantes. (GESTIOPOLIS)

La estructura organizacional de la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares está encabezada por una junta directiva que es la encargada de tomar las decisiones más importantes a nivel general en la institución, seguido de la revisora fiscal que vela por el cumplimiento legal de los procesos, después se aprecia la gerencia, quien viene siendo el representante legal y cabeza de mando en la institución, a su mismo nivel se encuentra la comisión de personal.

Después de la gerencia se encuentran las oficinas de control interno, disciplinario y asesoría jurídica que velan por el reglamento interno de la entidad, luego los comités de bienestar social, medicina, higiene y seguridad industrial que velan por el buen manejo de la salud tanto de los funcionarios como de los pacientes de la E.S.E. Más abajo se encuentran las oficinas de asesoría de plantación, auditoría médica, subdirección científica, y subdirección administrativa,

donde se impulsan las gestiones pertinentes dentro y fuera de la institución y por último los diferentes servicios de la empresa prestadora, tales como:

Hospitalarios, ambulatorios, apoyo, atención de primer nivel; todos ellos al mismo nivel de rango que los departamentos de suministros, mantenimiento, servicios generales, personal y de finanzas.

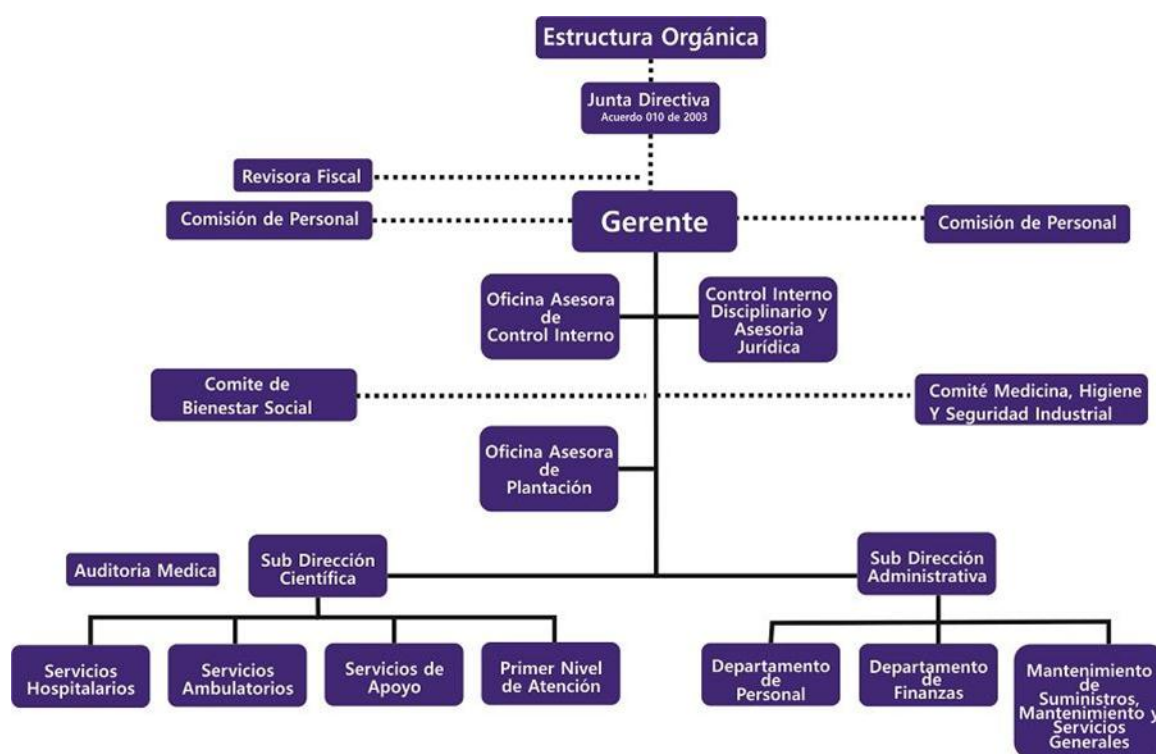


Figura 1. Estructura orgánica.

Fuente: Gerencia HEQC.

En este orden de ideas y remitiendo a los postulados de Henry Mintzberg, la ESE Hospital Emiro quintero Cañizares de Ocaña está organizada de manera tal que reconoce los 5 elementos básicos de la estructura de la organización: el ápice estratégico, la línea media, el núcleo de

operaciones, la tecnoestructura y el staff de apoyo. (The structuring of organizations. Mintzberg Henry, 1979)

Ápice estratégico: aquí se encuentra la alta dirección de la empresa, la cual tiene una responsabilidad global. La función esencial consiste en garantizar que la organización funcione adecuadamente y cumpla sus objetivos; tienen diversas tareas:

- Supervisión Directa.
- Relación con el entorno.
- Formulación de la estrategia a seguir.
- Línea Media: son los directivos que vinculan la dirección general con el núcleo de operaciones. Las funciones que se le atribuyen son: Enlace vertical ascendente y descendente, Enlace horizontal entre ellos, Tomar decisiones y resolver problemas en su ámbito de actividad.

Núcleo de Operaciones: es el encargado del trabajo básico de producción de bienes y servicios. Las funciones básicas que desarrollan son:

- Aprovisionamiento de Inputs
- Producción
- Comercialización

- Apoyo a las funciones previas.

Tecnoestructura: Formada por analistas que no son directivos y no participan en el flujo del trabajo, sino que diseñan y planifican. Puede haber dos tipos:

- Analistas de adaptación: se ocupan de estudiar los cambios necesarios que hay que introducir en la organización.
- Analistas de control: su función consiste en la búsqueda de estabilidad y normalización de las pautas de la actividad de la empresa.

Staff de apoyo: son un conjunto de unidades especializadas que no participan directamente en la producción de bienes y servicios, sino que su objetivo consiste en apoyar a la organización mediante la prestación de tareas y servicios especializados, como lo pueden ser limpieza, seguridad, etc.

1.1.5. Descripción de la dependencia. La Oficina de Prensa y Comunicaciones de la ESE HEQC es una de las 42 coordinaciones con que cuenta la entidad, esta se encarga de todo lo concerniente comunicaciones externas, internas, publicidad y mercadeo, promoción y difusión, protocolo, relaciones públicas, organización de eventos, entre otras funciones que le son delegadas por la alta dirección.

Cuenta con dos funcionarios de planta, el jefe de prensa y el encargado de los procesos de diseños, los dos funcionarios son comunicadores sociales. Adicionalmente, la ESE HEQC tiene suscritos convenios de cooperación académica con instituciones de educación superior para

contar permanentemente con practicantes y pasantes que refuerzan y apoyan el trabajo que se desarrolla en la dependencia.

A nivel de infraestructura está dotada con elementos básicos para la cobertura noticiosa – cámaras, grabadoras, micrófonos, drone – computadores, software de edición y diseño, entre otros elementos necesarios para su normal funcionamiento.

Adicionalmente, se pudo establecer, que la oficina cuenta con el respaldo de la alta dirección y ha abierto un espacio importante a nivel interno y externo, sin embargo, no cuenta con protocolos, manuales, ni políticas establecidas oficialmente.

1.2 Diagnóstico inicial de la oficina de Prensa y Comunicaciones

Tabla 1
Matriz DOFA

Factores Internos	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Existe dotación de software y equipos tecnológicos (cámara, drone, herramientas de edición y diseño) • Se cuenta con un buen clima laboral, por parte de los empleados del hospital. • Se cuenta con un diseñador gráfico. 	<ul style="list-style-type: none"> • El espacio de trabajo no es el adecuado. • Se lleva a cabo un manejo inadecuado de los canales de comunicación interna. • Se presenta una saturación de los canales externos de información por consultas básicas de la comunidad. • Respuestas tardías a las inquietudes colectivas debido a falta de tiempo
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> • El Hospital cuenta con una imagen reconocida a nivel externo, debido a la 	Crear una estrategia comunicacional, teniendo como objetivo buscar apoyo entre el diseñador gráfico de la institución,	Crear una estrategia de recolección de información, tanto interna como externa, que permita tener retroalimentación entre los clientes y

información que se maneja en la oficina de prensa.	y el encargado de la propuesta de pasantía, para la realización del manual de comunicación en su diseño editorial y gráfico.	los colaboradores del hospital, en la creación del manual de comunicación.
<ul style="list-style-type: none"> Existen convenios entre medios de comunicación digital y físico, a nivel local y regional. 		
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> Existe una proyección institucional negativa por parte de la comunidad al no recibir respuesta inmediata Medios virtuales suben información errónea y negativa que perjudican el buen nombre de la institución y de la oficina de prensa. 	<ul style="list-style-type: none"> Dar a conocer la importancia que tiene la creación de un manual de comunicaciones en la oficina de prensa para respaldar toda la información que se emite. 	<p>Crear unas políticas institucionales que faciliten la labor de atención a emergencias de manera inmediata.</p>

Fuente: Pasante.

1.2.1 Planteamiento del problema. El Modelo Estándar de Control Interno-MECI, establecido mediante el Decreto 1599 de 2005, proporciona a las Entidades obligadas conforme a la Ley 87 de 1993, un sistema estructurado para asegurar la gestión administrativa, el logro de la misión y los objetivos institucionales con eficiencia, eficacia y efectividad, en concordancia con las normas y las políticas de Estado.

En ese orden de ideas, teniendo en cuenta que el MECI es de obligatorio cumplimiento, se toma como base los tres elementos de comunicaciones que allí se identifican: el organizacional, el informativo y los medios de comunicación, su correcta utilización y manejo permitirán “la

producción, visualización y circulación de la información que se promueva, dentro y fuera de la organización y el desarrollo de la gestión institucional de manera eficiente, eficaz y efectiva”

(Manual de comunicaciones pdf , 2009)

La ausencia de un Manual de Comunicaciones en la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares, además de ir en contravía de la normatividad de obligatorio cumplimiento, impide una correcta masificación de las políticas institucionales, así mismo, dificulta la interrelación con los diferentes públicos y, por ende, la toma de decisiones estratégicas para solucionar preocupaciones y dirimir diferencias que estén relacionadas con el direccionamiento estratégico de la ESE.

El establecimiento del manual permitirá a la ESE comunicar de manera eficiente los resultados del accionar institucional, a los públicos establecidos, lo que a la postre se verá reflejado en un mejor y mayor entendimiento de las decisiones que se toman en cumplimiento de alcanzar las metas y objetivos establecidos en los planes de acción.

El presente plan de trabajo busca proponer un documento dinámico, flexible, actualizable y medible para que sea analizado por los órganos directivos de la ESE y, de acuerdo a su valoración, sean ellos los encargados de decidir, a futuro, su implementación.

1.3 Objetivos de la pasantía.

1.3.1 Objetivo general. Crear un manual de comunicaciones para la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña con el fin de optimizar el flujo de información a nivel interno, externo e intermedio.

1.3.2 Objetivos específicos. Identificar y categorizar los tipos de información que maneja la institución con el fin de asignar canales de difusión específicos.

- Establecer las políticas, directrices y lineamientos en materia de comunicaciones internas y externas que se deben tener en cuenta en la creación del manual de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

- Diseñar una guía para la elaboración y uso de piezas de comunicación alternativas.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 2
Plan de actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades
Crear un manual de comunicaciones que respalde toda la información emitida	Identificar y categorizar los tipos de información que maneja la institución con el	- Elaborar un mapa de los principales procesos comunicativos de la ESE

por la oficina de comunicación del Hospital Emiro Quintero Cañizares.	fin de asignar canales de difusión específicos.	HEQC a partir de la aplicación de una encuesta. - Establecer los diferentes tipos de públicos y su rol en la dinámica del día a día institucional. -Cruzar los resultados obtenidos a partir de la encuesta y determinar el destinatario del proceso comunicativo según corresponda. - Producir un documento diagnóstico que sirva de insumo para la elaboración del manual.
---	---	---

Establecer las políticas, directrices y lineamientos en materia de comunicaciones internas y externas que se deben tener en cuenta en la creación del manual de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

- A partir de los resultados del documento diagnóstico formular las políticas comunicativas institucionales a nivel externo e interno.

- Establecer lineamientos y directrices institucionales en todas las áreas de la comunicación.

Diseñar una guía para la elaboración y uso de piezas de comunicación alternativas.

- Identificar los procesos comunicativos alternativos y el manejo de cada uno de ellos.

- Generar las pautas para la elaboración de material publicitario a nivel de prensa, radio, televisión e internet.

-Diseñar el manual con los insumos obtenidos en el cumplimiento de los demás objetivos.

Fuente: Pasante.

Capítulo 2. Marco referencial

2.1 Marco conceptual

Comunicación: La comunicación es un proceso de interrelación entre dos (o más) personas donde se transmite una información desde un emisor que es capaz de codificarla en un código definido hasta un receptor el cual decodifica la información recibida, todo eso en un medio físico por el cual se logra transmitir el mensaje, con una regla en convención entre emisor y receptor, y en un contexto determinado. (USAL Universidal del Salvador)

En el presente proyecto es importante la comunicación para conocer cómo se transmiten la información los empleados y usuarios dentro y fuera de la institución.

La clave de una comunicación eficaz consiste: “en que el proceso sea exitoso, es decir, que el mensaje sea transmitido y entendido con claridad por parte del receptor, sin malinterpretaciones ni omisiones de información” (Torres)

Comunicación interna: La comunicación interna es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. (MARKETING XXI)

La comunicación interna eficaz puede ser una herramienta muy importante dentro de una empresa. Para Gabriel Elorriaga “La comunicación interna incluye todo lo que se dice y comparte dentro de una organización. Como función, su objetivo es seleccionar, habilitar y

asesorar sobre las mejores prácticas para que las organizaciones se comuniquen de manera efectiva y eficiente” (Elorriaga, 2018).

Dentro del Hospital Emiro Quintero Cañizares prevalecen muchos medios para poder comunicarse, donde se puede mantener un buen clima laboral por medio de una buena comunicación.

Comunicación externa: la comunicación externa es aquella que se dirige al público exterior, es decir, la que emite un mensaje fuera de la empresa. Este tipo de comunicación está enfocada a la opinión pública (ciudadanos, instituciones, etc). El principal objetivo de la comunicación externa es informar sobre la empresa, a la vez que actuar e influir sobre la imagen que se da de ésta. (Zaragoza, 2016).

Es de vital importancia la comunicación externa para una empresa. Según Anahis: “Se entiende por comunicación externa el proceso que consiste en vehicular información o contenidos informativos desde la empresa u organización empresarial hacia el conjunto de opinión pública a través de los medios de comunicación social” (Stefania, 2014).

Estructura organizacional: La estructura organizacional es fundamental en todas las empresas, define muchas características de cómo se va a organizar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando, organigramas y departamentalizaciones, entre otras. (Claudia, 2012)

La importancia de la estructura organizacional es conocer cómo está jerarquizada la empresa y que dependencias se tienen., manteniendo un orden en la empresa.

Público interno: Es aquel en el que existe una relación y una afinidad muy directa con el fin común de la organización. Ejemplo: Los empleados, directivos, los accionistas mayoritarios. (DELGADO, 2014)

Público externo: los públicos externos se encuentran por fuera de la estructura empresarial. Estos públicos suelen incluir a clientes, grupos opositores autoridades legislativas y por supuesto el Estado. (AFRICANO, 2014)

Canal: Los medios o canales de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. (Muriel)

Medios de comunicación: Los medios de comunicación son canales con los cuales se difunde una información de manera masiva. Estos tienen como propósito informar, educar, entretener y formar opinión, todo siempre dependerá de la intencionalidad con la que transmita el mensaje o la información. (CORDOVA)

Clima organizacional: El ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que denominamos Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. (PERALTA, 2002).

2.2. Marco legal

El presente trabajo de pasantía busca, desde todas las perspectivas, facilitar el cumplimiento de lo previsto en la **Ley 1712 de 2014**, conocida como Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública Nacional.

Esta norma, de obligatorio cumplimiento, establece, entre otras disposiciones, “los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de la información” con el ánimo de que todo lo que atañe a las instituciones sea de amplio conocimiento por parte de la opinión pública y de fácil manejo para cualquier ciudadano que la requiera.

Esta ley, establece además, que se deben guardar una serie de principios, que son fundamentales para el ejercicio del acceso a la información, como son el de la máxima publicidad, la transparencia, la buena fe, la facilitación, la no discriminación, la gratuidad, la

celeridad, la eficacia, la calidad de la información, la divulgación proactiva y la responsabilidad en el uso de la información.

Estos, garantizan, como la misma ley lo dice, que el ciudadano pueda informarse de manera eficaz sobre todo los procedimientos, normatividad, movimientos financieros, contratación, entre otras informaciones, que son importantes para conocer el funcionamiento institucional.

Además, nos regimos por los **artículos 20 y 23 de la Constitución Política de Colombia** que garantizan el derecho a expresar y difundir su pensamiento pero, además a solicitar, haciendo uso del derecho de petición, toda la información que requiera pertinente a las instituciones públicas y privadas, por motivos particulares o generales y las instituciones deben garantizar el acceso a dicha información.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados.

3.1.1 Objetivo específico 1: Identificar y categorizar los tipos de información que maneja la institución con el fin de asignar canales de difusión específicos.

Para el logro del primer objetivo se cumplieron las siguientes actividades.

3.1.1.1 Actividad 1: Establecer los diferentes tipos de públicos y su rol en la dinámica del día a día institucional. La primera acción que se adelantó estuvo encaminada a identificar, junto con los funcionarios de la ESE, los tipos de públicos y el rol que cumplían dentro de la dinámica institucional, la relación establecida históricamente y su condición de público externo, interno o intermedio, de acuerdo al manejo que se le da por parte de la institución.

Este primer avance, además de lo establecido como objetivo de la actividad, nos dio una primera luz sobre el conocimiento de los procesos en el interior de la ESE y el tipo de información que se maneja en cada uno de los niveles, dando como resultado lo que se refleja en la figura 2.

Para lograr con el objetivo de esta actividad se realizó un dialogo con el jefe de prensa de la institución quien brindó información al respecto de las áreas y funciones que tenían los líderes

del Hospital, se tuvo el conocimiento de 42 áreas que desempeñan su labor para beneficiar al usuario y a la Empresa Social del Estado.

En el mapa que se desarrolla, se logra identificar como se conforman los tres tipos de públicos que son: Internos, externos e intermedios. La dinámica que cumplen las áreas de la E.S.E es brindarle un servicio más humano al usuario, cumpliendo con las actividades que proponen mes a mes para el beneficio de muchas personas que adquieren los servicios.

HOSPITAL EMIRO QUINTERO CAÑIZARES

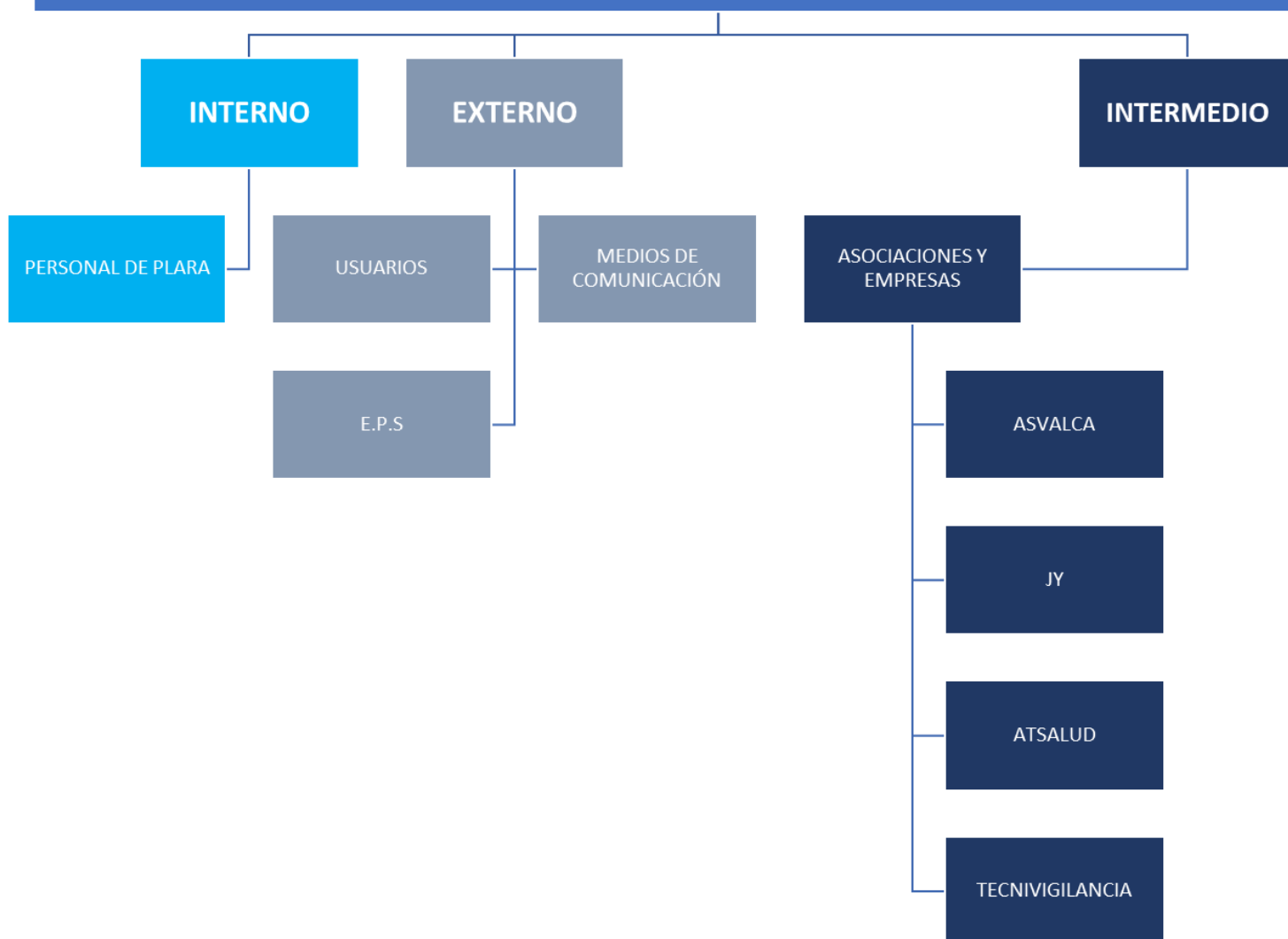


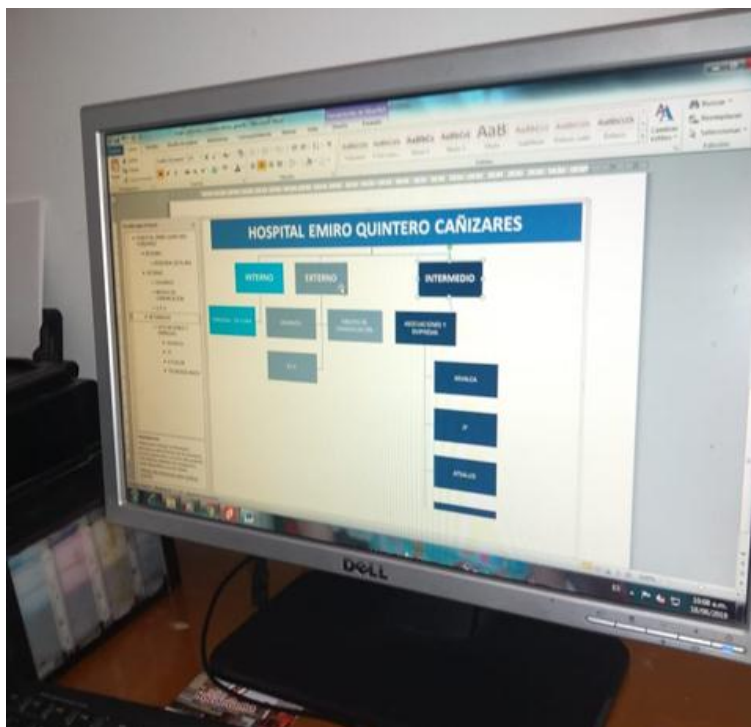
Figura 2. Diferentes tipos de públicos y su rol en la dinámica del día a día institucional.

Fuente: pasante.



Fotografía 1: Diálogo con el jefe de prensa para conocer las áreas del HEQC

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía 2: Desarrollo del mapa de los públicos del hospital

Fuente: Autora del proyecto

3.1.1.2 Actividad 2: Elaborar un mapa de los principales procesos comunicativos de la ESE HEQC a partir de la aplicación de una encuesta y determinar el destinatario del proceso comunicativo según corresponda.

De acuerdo al trabajo de campo y de investigación, se formuló una encuesta aplicada a las principales dependencias que se encuentran identificadas en el organigrama institucional, de manera tal, que analizados los resultados, se pudieron determinar los principales procesos comunicativos de la ESE, a nivel externo, interno e intermedio y su relación con las principales dependencias. De esta manera, cada vez que se requiera establecer un canal comunicativo en cualquiera de los niveles expresados, es posible determinar responsables y procedimiento a seguir. La encuesta que se les realizó cuenta con 14 preguntas sobre temas de comunicación que se manejan dentro y fuera de la institución. (Ver apéndice A).

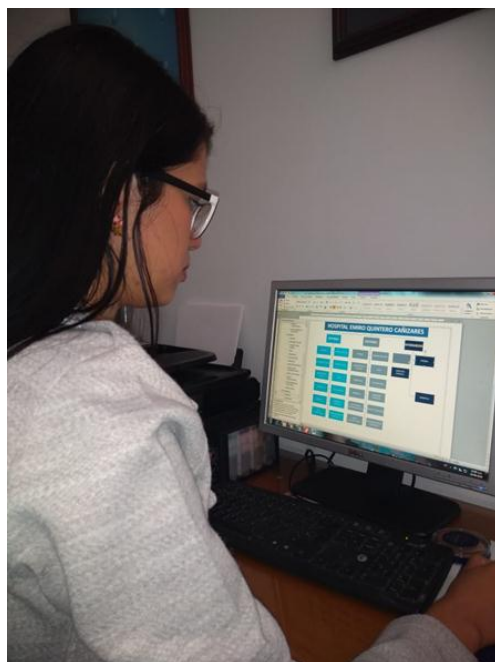


Figura 3: Públicos que maneja el Hospital Emiro Quintero Cañizares
Fuente: Autora del proyecto



Fotografía 3: Realización de encuesta virtual a los líderes de las áreas del centro asistencial

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía 4: Diseño del mapa de procesos comunicativos del hospital

Fuente: Autora del proyecto

3.1.1.3 Actividad 3: Producir un documento diagnostico que sirva de insumo para la elaboración del manual. En desarrollo del trabajo planteado como ejercicio de pasantía se determinó la necesidad de aplicar una encuesta que nos permitiera conocer el estado actual de los procesos de comunicación en el HEQC de Ocaña a efectos de tener un insumo para la elaboración de un manual de comunicaciones que facilite el flujo de la información a nivel externo, interno e intermedio.

Para ello, se tomó como muestra las oficinas que tienen relación directa con las funciones misionales del HEQC, así:

1. Prensa y comunicaciones
2. Rehabilitación
3. Gobierno digital
4. Coordinación de odontología
5. Laboratorio clínico
6. Siau
7. Radiología
8. Urgencias
9. Vacunación
10. Gerencia
11. Asesoría jurídica
12. Vigilancia epidemiológica
13. Salud ocupacional
14. Banco de sangre

15. Mantenimiento eléctrico

El primer resultado nos permite establecer el nivel de dependencia de los procesos misionales de acuerdo al nivel jerárquico que pudimos determinar con el organigrama institucional, este resultado nos arroja que un 40% de los procesos misionales está relacionado con la prestación de servicios de salud y dependen de la Subdirección científica, el 33,3% depende de la Gerencia del HEQC y un 26,7% restante está adscrito a la Subdirección Administrativa y se relaciona con procesos de proveeduría, suministro, servicios generales entre otros.

Nivel jerárquico al que pertenece:

15 respuestas

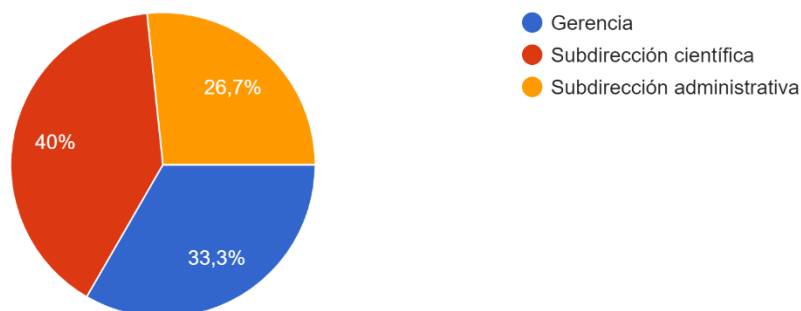


Figura 4: Resultado del nivel jerárquico del hospital

Fuente: Autora del proyecto

Como un punto favorable, se pudo determinar que el 100% de los encuestados manifestó tener claridad y conocimiento pleno de lo que significa un proceso de comunicación interna y comunicación externa, lo que sin lugar a dudas es favorable para el HEQC porque facilita el flujo de información en todos los niveles y, además, hace más expedito el uso de los canales de comunicación, dependiendo de la necesidad específica que se tenga.

¿Sabe qué es comunicación interna?

15 respuestas

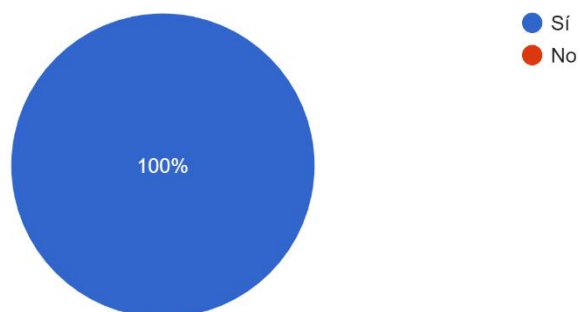


Figura 5: Resultado de la encuesta sobre el conocimiento de comunicación interna

Fuente: Autora del proyecto

¿Sabe que es comunicación externa?

15 respuestas

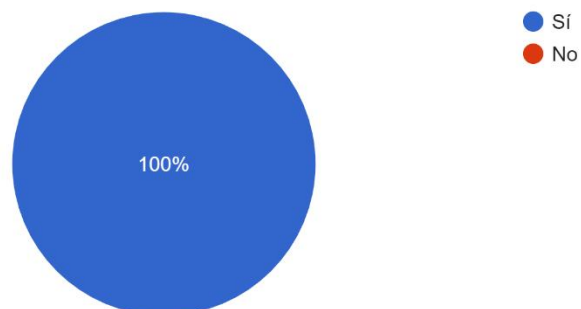


Figura 6: Resultado de la encuesta sobre el conocimiento de comunicación externa

Fuente: Autora del proyecto

Otro factor que se debe tener en cuenta, es que al conocer qué es un proceso de comunicación, para los funcionarios es claro que existen diferentes tipos de público e identifican

claramente cuál es su segmento, la responsabilidad en materia de comunicación con ellos y el tipo de información que deben suministrarle a cada uno. Así, el 80% de los procesos misionales se relaciona con públicos internos, un 86,7% con públicos externos y solo un 20% de estos procesos mantiene procesos comunicativos con los sectores pertenecientes a los públicos intermedios. Lo anterior es fundamental para el establecimiento de estrategias de comunicación porque se parte de la base de un conocimiento previo y un entendimiento claro de qué decir y a quién decirlo.

De los siguientes, qué tipos de públicos maneja usted en la E.S.E

15 respuestas

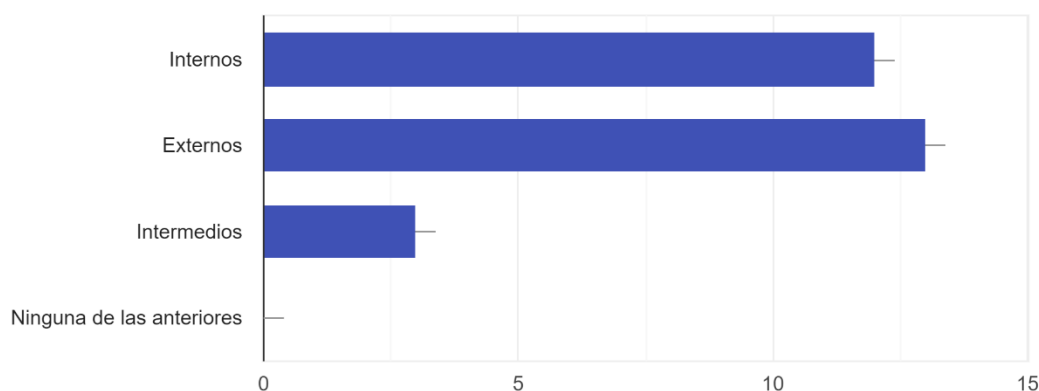


Figura 7: Estadísticas de los resultados de los públicos que maneja la E.S.E

Fuente: Autora del proyecto

En ese sentido, los encuestados identifican claramente quienes son los destinatarios de los procesos de su responsabilidad y a qué sector pertenecen. El 80% de los encuestados, es el mayor percentil de los resultados, sabe que se deben a los usuarios del HEQC, seguido por el personal de planta que mantiene comunicación permanente con el 66,7% de las dependencias. Como dato

para tener en cuenta, solo el 33.3% se comunica con los medios de comunicación, sin embargo, la gran mayoría los considera importantes en el desarrollo de sus funciones.

De los siguientes públicos, cuáles tienen relación con su dependencia:

15 respuestas

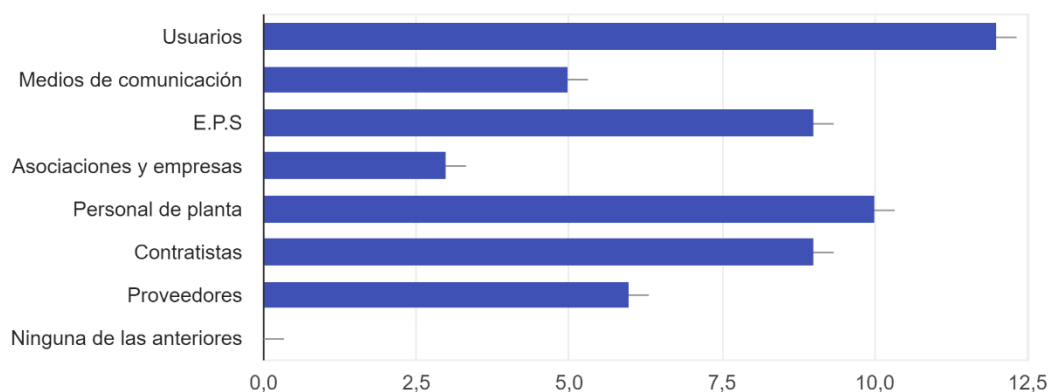


Figura 8: Estadísticas sobre los tipos de públicos que manejan las diferentes áreas del hospital

Fuente: Autora del proyecto

Por otro lado, es interesante que más del 80% de los encuestados conoce los medios con que cuenta la ESE y que consideran en un alto porcentaje que son estos los principales mecanismos para difundir la información, tal y como queda reflejado en las respuestas.

Tiene usted conocimiento de los medios de comunicación e información que maneja la E.S.E

15 respuestas

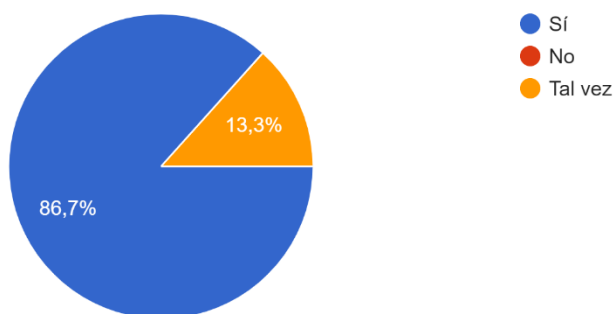


Figura 9: resultados de la encuesta sobre los medios que maneja el hospital

Fuente: Autora del proyecto

De los siguientes medios de comunicación cuáles cree que son los más adecuados para comunicarse con el público interno:

15 respuestas

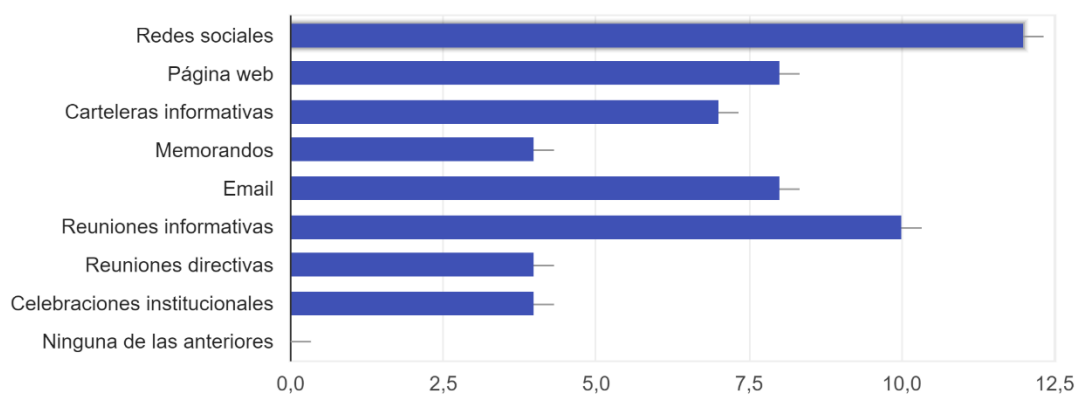


Figura 10: resultados de los medios de comunicación a nivel interno

Fuente: Autora del proyecto

De los siguientes medios de comunicación cuáles cree que son los más adecuados para comunicarse con el público externo:

15 respuestas

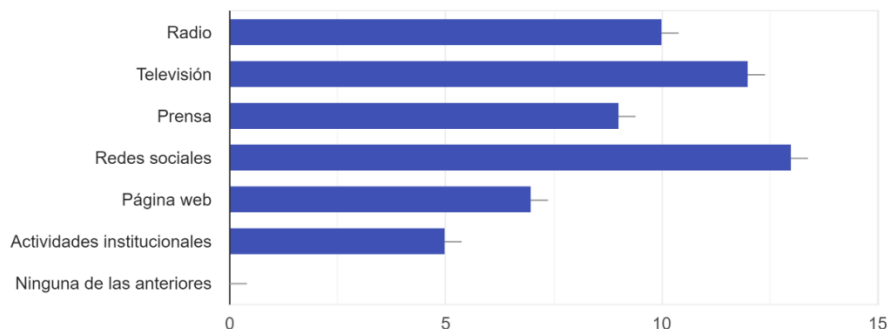


Figura 11: estadística de los resultados de los medios de comunicación externo

Fuente: Autora del proyecto

Esto, sumado a las respuestas de los tres últimos ítems, nos permite determinar que es necesaria la creación de un manual de comunicaciones a través del cual se puedan dar las indicaciones del manejo de la información, los canales y demás situaciones necesarias en el desarrollo de los procesos comunicativos de la ESE.

¿Considera necesario que se establezca un manual de comunicaciones en la E.S.E para organizar el flujo de la información?

15 respuestas

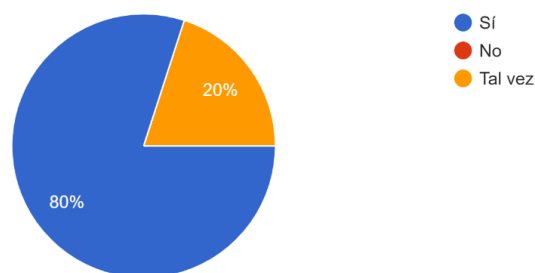


Figura 12: Resultado sobre la encuesta de la importancia de creación del manual de comunicaciones

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía 5: Realización de encuesta a los líderes de las áreas del hospital

Fuente: Autora del proyecto

3.1.2 Objetivo específico 2: Establecer las políticas, directrices y lineamientos en materia de comunicaciones internas y externas que se deben tener en cuenta en la creación del manual de comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

Para darle cumplimiento al objetivo número dos, se derivan una serie de actividades que ayudan paso a paso a lograr el objetivo.

3.1.2.1 Actividad 1: A partir de los resultados del documento diagnóstico formular las políticas comunicativas institucionales a nivel externo e interno. La Oficina de Prensa y Comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña, siguiendo las directrices de la gerencia y con total apego a los principios básicos de transparencia y acceso a la información pública, consignados en la Ley 1712 promulgada el 6 de marzo de 2014, acoge los principios de máxima publicidad para titular universal, transparencia, buena fe, facilitación, no discriminación, gratuidad, celeridad, eficacia, calidad de la información, divulgación proactiva y responsabilidad en todos los procesos comunicativos orales o escritos que se establezcan con los públicos internos, externos e intermedios sin distingo alguno y será igual para cualquier medio de comunicación que se use para dicho fin.

El cumplimiento de esta actividad se desarrolla bajo la dirección del director del proyecto, estableciendo en el manual qué es la comunicación interna y externa y que políticas se tienen para la publicación o emisión de algún tipo de información. Dejando claro que solo la persona encargada de manejar y publicar en las redes o página web del Hospital está a cargo del jefe de prensa; así mismo, se tiene personas designadas como voceros para dar información interna a los medios de comunicación.

De esta manera las directrices y políticas se encuentran plasmadas en el Manual de Comunicaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares elaborado por la pasante de comunicación social.

3.1.2.2 Actividad 2: Establecer lineamientos y directrices institucionales en todas las áreas de la comunicación. Debido a la información recolectada con los líderes y el apoyo del jefe de prensa de la E.S.E se pudieron definir algunas directrices institucionales de comunicación y divulgación de la información a nivel interno y externo. Con este insumo se crea gran parte del manual basado en la ley 1712 del 2014.

La mayoría de las áreas de la institución tienen contacto con el público externo. Mensualmente deben pasar un cronograma de actividades que desarrollarán con este público, ese insumo deben pasarlo a la oficina de prensa y comunicaciones para que sea el jefe de prensa quien divulgue la información por las redes sociales y medios de comunicación con quien se tiene convenio.

Una de las directrices del Manual de Comunicaciones es que ningún área podrá transmitir información, no se podrá publicar a redes sociales o dar entrevistas sin la aprobación de la oficina de prensa.

En el manual se establecen como serán las formas de publicación en redes sociales y como deberán ser los contenidos noticiosos y su respectivo alcance, la imagen corporativa del Hospital ya se encontraba establecida por un manual de identidad que no se puede modificar.

3.1.3 Objetivo específico 3: Diseñar una guía para la elaboración y uso de piezas de comunicación alternativas.

Para lograr el objetivo se realizan una serie de actividades que cumplen paso a paso

3.1.3.1 Actividad 1: Identificar los procesos comunicativos alternativos y el manejo de cada uno de ellos. Los procesos comunicativos alternativos son aquellos que la institución realiza externamente, estos son: Brigadas de salud en diferentes municipios, brigadas de salud en diferentes barrios de Ocaña, Feria saludable, Actividades de promoción y prevención, charlas de salud oral en colegios.

Brigadas de salud: Son lideradas por el Doctor Adrián bajo la dirección del Gerente Jairo Pinzón López, se realizan en diferentes municipios de la región del Catatumbo, brindándole la posibilidad a la comunidad de tener chequeo médico, medicamentos, toma de tensión, entre otras.

Estas actividades se desarrollan durante un día, con la compañía de varios profesionales de la salud y dos periodistas para que manejen el control de información y tengan evidencias para realizar nota y subirla a las redes sociales de la E.S.E.

Brigadas de salud en Ocaña: El Hospital cuenta con una unidad móvil que se ubica en diferentes barrios de Ocaña para facilitarle a los usuarios sus servicios, brindando la posibilidad de realizarse citologías, examen de mama, toma de tención; además, se cuenta con el servicio para las personas que quieran donar sangre y salvar tres vidas.

Esta actividad está liderada por Bacteriólogas, auxiliares de enfermería y enfermeras. Es una manera muy útil de brindar el servicio para las personas que no pueden dirigirse a las instalaciones del Hospital Emiro Quintero Cañizares.

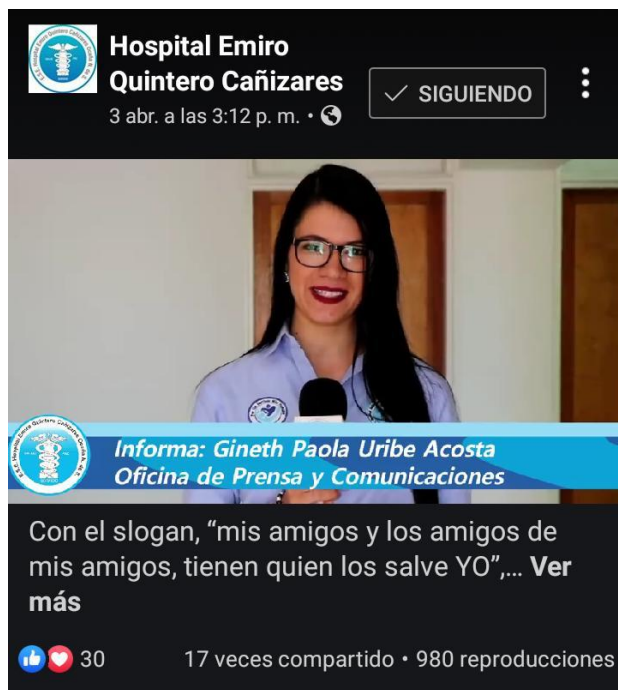
Todas estas actividades se realizan en beneficio de los adultos y niños, cada una se encuentra liderada por el jefe del área que son los organizadores del evento, con la aprobación del Gerente y acompañamiento de los comunicadores que harán su respectivo trabajo de recolección de información en entrevistas y por medio de observación para poder subir contenido a las redes sociales y página web.

El cumplimiento de esta actividad se ejerce a través del acompañamiento a cada una de las brigadas de salud, cubriendo todo el evento y colocando la nota en los medios.



Fotografía 6: Cubrimiento de actividades externas de la unidad móvil del hospital

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía 7: Presentación y publicación en las redes sociales de la entidad, el cubrimiento de actividades externas.

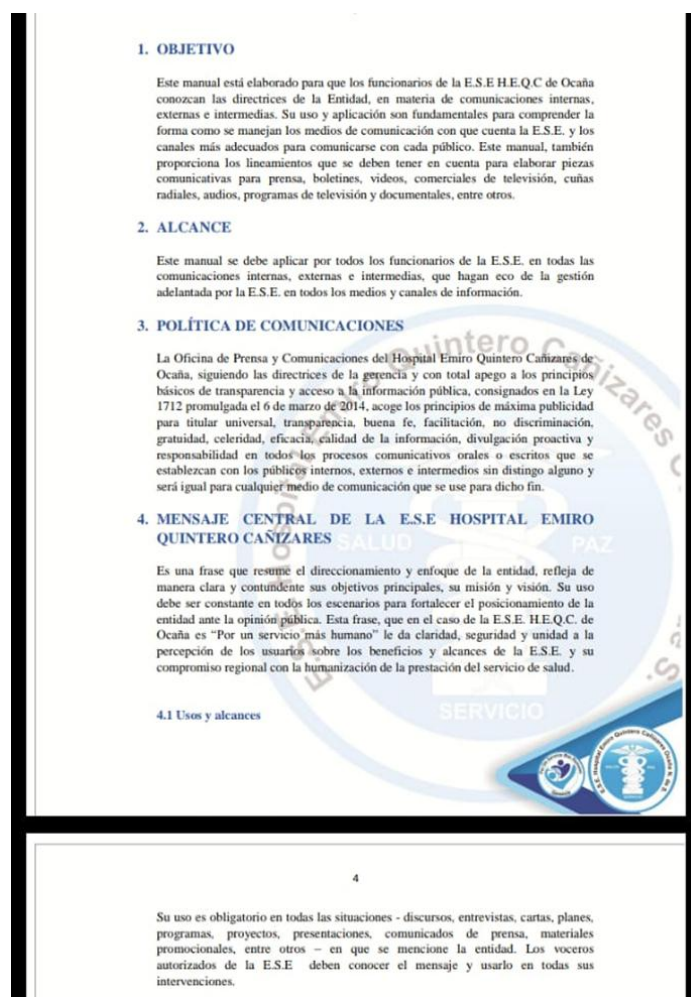
Fuente: Autora del proyecto

3.1.3.2 Actividad 2: Generar las pautas para la elaboración de material publicitario a nivel de prensa, radio, televisión e internet. El Hospital cuenta con un manual de identidad corporativa, respetando los logos y colores, se deben realizar las publicaciones; sin embargo, el manual de comunicaciones genera unas pautas de cómo se deben publicar los contenidos para prensa, radio y televisión.

El jefe de prensa o los encargados de la oficina de comunicaciones serán los que elaboren el contenido para subir a redes sociales, si las diferentes áreas envían todo el contenido ya elaborado, el jefe deberá leerlo y aprobarlo.

Antes de emitir información se debe tener claro para qué se debe subir, qué contenidos tiene y qué impacto pueda tener.

En el manual se destacan algunas pautas, una de ellas es respetar los derechos de autor, no siempre el jefe de prensa es quien realiza los boletines informativos o haga la voz en off para videos. Además, las piezas audiovisuales deben tener un alto contenido e imagen. Todas las pautas realizadas se hicieron bajo la dirección del docente Carlos Sánchez.

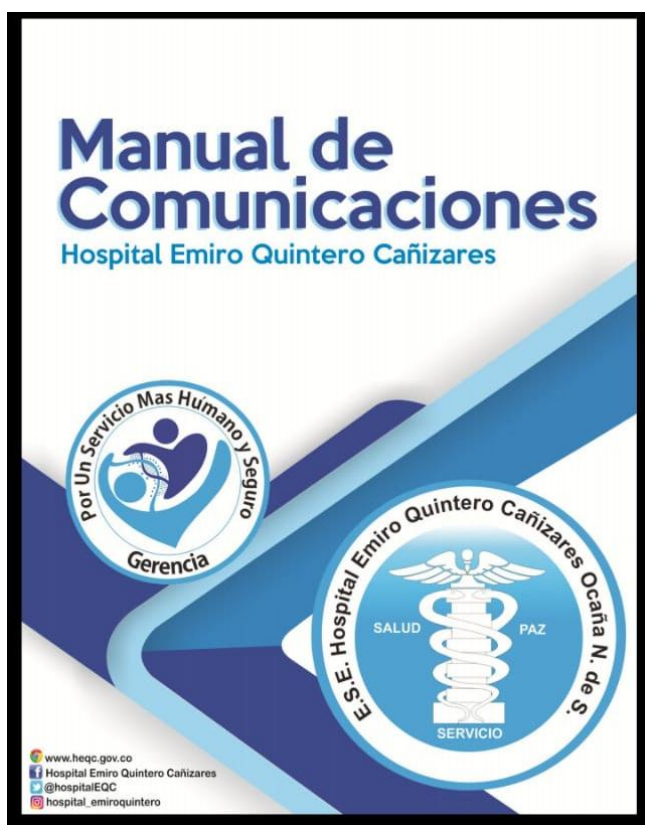


Fotografía 8: En el manual de comunicaciones se pueden evidenciar las políticas que se realizaron para las publicaciones.

Fuente: Autora del proyecto

3.1.3.3 Actividad 3: Diseñar el manual con los insumos que se obtuvieron en el cumplimiento de los demás objetivos. Finalmente se crea el manual paso a paso con cada una de las actividades realizadas para el cumplimiento de los objetivos. Primero se realiza recolección de información, luego se generan las pautas y diferentes contenidos y por último se hace un diseño sencillo para las páginas y portada del manual.

En el manual se podrán encontrar los objetivos, alcance, políticas de publicación, recomendaciones para hacer entrevistas, tips para ser un excelente vocero, entre otras. Este insumo tiene una extensión de 20 páginas incluyendo la portada y el índice.



Fotografía 9: Diseño del manual de comunicaciones con los colores y logos institucionales.

Fuente: Autora del proyecto

Capítulo 4. Diagnóstico Final

El Hospital Emiro Quintero Cañizares es la institución donde se realizó la propuesta presentada en la facultad de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña para la realización de la pasantía en el primer semestre del 2019. En la propuesta se plantearon diferentes actividades que contribuyen a la creación del manual de comunicaciones de la E.S.E.

Al inicio se realizó un diagnóstico de la dependencia de prensa y comunicaciones concluyendo que hay saturación en los canales de difusión de información de la E.S.E, adicionalmente se contaba con un mal manejo de comunicación interna en la institución y por eso nace la propuesta a la creación del manual de comunicaciones, donde se pudo explicar y categorizar como se iba a manejar el flujo de información a nivel interno, intermedio y externo.

Adicionalmente se generan pautas dentro del manual que garantizan las políticas de publicación en diferentes horarios con distintos contenidos, permitiendo una retroalimentación.

La Empresa Social del Estado cuenta con la creación del manual de comunicaciones que permitirá tener un soporte de divulgación de información, respaldada con la norma 1720 del 2014 garantizando una mejora en toda la información que será transmitida con el público interno, intermedio y externo.

Esto permite tener claridad de cómo se deben realizar las diferentes publicaciones para los medios digitales que maneja la institución, adicionalmente se debe tener en cuenta que la única área encargada de subir estos contenidos a las redes de la E.S.E están a cargo del jefe de prensa, contando con la aprobación del Gerente del Hospital.

Es de vital importancia para la institución acoger el manual e implementarlo en las comunicaciones que se manejan dentro y fuera de la Empresa Social del Estado.

Capítulo 5. Conclusiones

La ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña, tiene establecido un modelo de comunicaciones que, si bien funciona de manera adecuada, se hace de forma intuitiva, siguiendo las directrices de la gerencia, pero sin una guía institucional aprobada por la alta dirección.

Hay una adecuada relación entre las dependencias y los diferentes tipos de público pero, no existe una identificación oficial de la responsabilidad de cada una de estas dependencias con los públicos de su área de responsabilidad, por lo que es posible que en ocasiones se obvие el canal y se incumpla con lo establecido por la ley 1720 de 2014.

El manual, como guía y como norma, se convierte en un documento de consulta obligada, para que las dependencias cumplan con sus responsabilidades, sobre todo las que están establecidas en la ley 1720 de 2014 en materia de publicidad y acceso a la información pública.

Capítulo 6. Recomendaciones

Adoptar el manual de comunicaciones de la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña como un documento oficial de obligatorio cumplimiento.

Establecer jornadas de socialización del manual con el ánimo de hacerlo conocer por parte de los diferentes funcionarios de la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña y de esta manera promover su aplicación de acuerdo a los establecido en la ley 1720 de 2014.

Publicar el manual en la página web de la ESE Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña con el objetivo de que sea de acceso general y que tanto los funcionarios como los públicos objetivos de su aplicación entiendan sus alcances e implicaciones.

Referencias

Declaración Universal de los Derechos Humanos. (1948). Obtenido de

http://www.un.org/es/documents/udhr/UDHR_booklet_SP_web.pdf

Manual de comunicaciones pdf. (30 de septiembre de 2009). Obtenido de Manual de

comunicaciones pdf :

(http://hospitalmanuelabeltran.gov.co/calidad/14_02_11/Manual_de_Comunicaciones.pdf
)

AFRICANO, M. (26 de JULIO de 2014). *Público y comunicación* . Obtenido de Público y

comunicación : <https://publicoycomunicacion.wordpress.com/2014/07/26/publico-interno-y-externo-comunicacion-interna-y-externa/>

Claudia, V. R. (23 de OCTUBRE de 2012). *GESTIOPOLIS* . Obtenido de GESTIOPOLIS :

<https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

CORDOVA, J. M. (s.f.). *METAPORTAL* . Obtenido de METAPORTAL :

<http://www.antioquiatic.edu.co/noticias-general/item/209-los-medios-de-comunicación>

DELGADO, A. (29 de JULIO de 2014). *RRPPUFT WORDPRESS* . Obtenido de RRPPUFT

WORDPRESS : <https://rrppuft.wordpress.com/2014/07/29/publico-interno-y-externo/>

GESTIOPOLIS. (s.f.). Obtenido de GESTIOPOLIS: [https://www.gestiopolis.com/estructura-](https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/)

[organizacional-tipos-organizacion-organigramas/](https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/)

MARKETING XXI. (s.f.). Obtenido de MARKETIN DEL SIGLO XXI : <https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Muriel, M. L. (s.f.). *ECURED*. Obtenido de ECURED:

https://www.ecured.cu/Canal_de_Comicac%C3%B3n

PERALTA, R. (26 de JUNIO de 2002). *GESTIOPOLIS* . Obtenido de GESTIOPOLIS : 1

ambiente donde una persona desempeña su trabajo diariamente, el trato que un jefe puede tener con sus subordinados, la relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo qu

USAL Universidal del Salvador . (s.f.). Obtenido de

<https://campus.usal.edu.ar/mod/book/view.php?id=25464>

Zaragoza, M. (26 de ABRIL de 2016). *NAL3* . Obtenido de NAL3 :

<https://www.nal3.com/es/central-de-contenidos/comunicacion-interna-y-externa-claves-en-tu-empresa>

Apéndice

A. Encuesta virtual:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfdv28LlxZY6DjTxbYRf1x2iNh0V2uqyikxiHwGMrhiN_25FQ/viewform

ENCUESTA DE VALORACIÓN DEL PROCESO DE COMUNICACIONES DEL HEQC DE OCAÑA

1. Dirección de correo electrónico *

2. Nombre de la dependencia: *

3. Nivel jerárquico al que pertenece: *

Gerencia ___

Subdirección científica ___

Subdirección administrativa ___

4. ¿Sabe qué es comunicación interna? *

Sí ___

No ___

5. ¿Sabe que es comunicación externa? *

Sí ___

No ___

6. De los siguientes, qué tipos de públicos maneja usted en la E.S.E *

Internos ___

Externos ___

Intermedios ___

Ninguna de las anteriores ___

7. De los siguientes públicos, cuáles tienen relación con su dependencia: *

Usuarios ___

Medios de comunicación ___

E.P.S ___

Asociaciones y empresas ___

Personal de planta ___

Contratistas ___

Proveedores ___

Ninguna de las anteriores ___

8. Tiene usted conocimiento de los medios de comunicación e información que maneja la

E.S.E *

Sí ___

No ___

Tal vez ___

9. De los siguientes medios de comunicación cuáles cree que son los más adecuados para

comunicarse con el público interno: *

Redes sociales ___

Página web ___

Carteleras informativas ___

Memorandos ___

Email ___

Reuniones informativas ___

Reuniones directivas ___

Celebraciones institucionales ___

Ninguna de las anteriores ___

Otro: _____

10. De los siguientes medios de comunicación cuáles cree que son los más adecuados para comunicarse con el público externo: *

Radio ___

Televisión ___

Prensa ___

Redes sociales ___

Página web ___

Actividades institucionales ___

Ninguna de las anteriores ___

Otro: _____

11. ¿Considera necesario que se establezca un manual de comunicaciones en la E.S.E para organizar el flujo de la información? *

Sí ___

No ___

Tal vez ___

12. ¿Asiste usted a todas las reuniones y actividades que es convocado en la E.S.E? *

Siempre ___

Casi siempre ___

A veces ___

Nunca ___

13. ¿Hay un buen clima laboral en la Empresa Social del Estado? *

Sí ___

No ___

Tal vez ___

14. ¿Considera que el clima Laboral influye en la comunicación interna? *

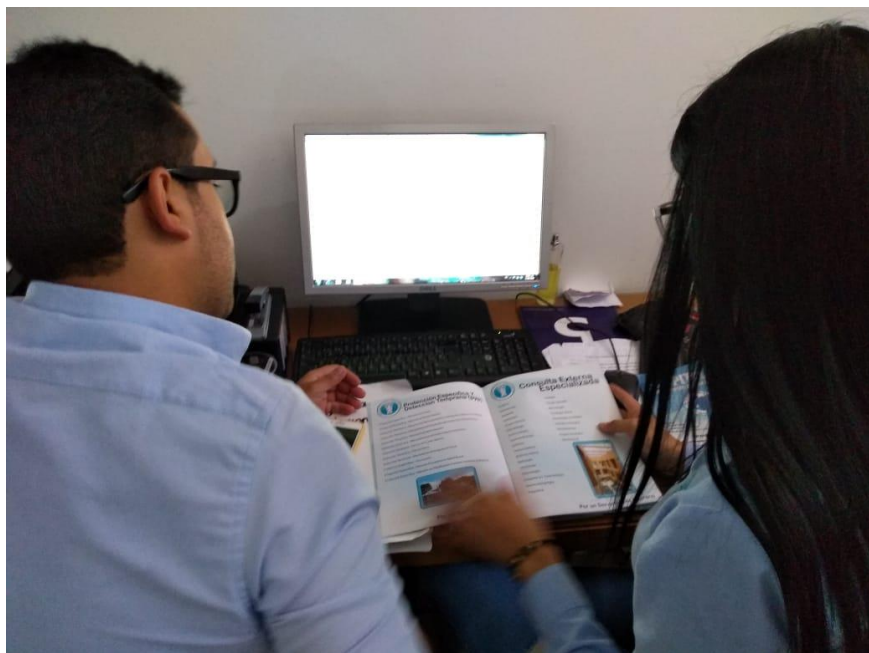
Sí ___

No ___

Tal vez ___

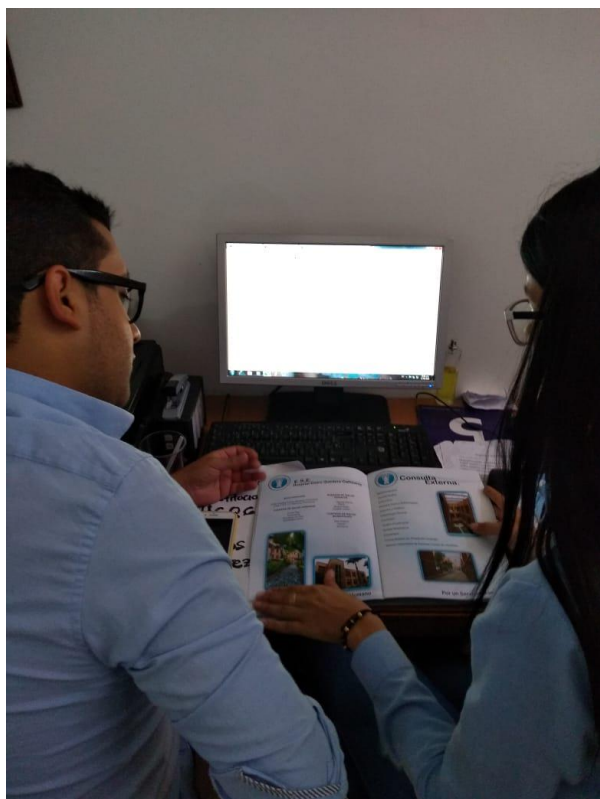
B. Ley 1712 del 2014

<http://www.anticorrupcion.gov.co/SiteAssets/Paginas/Publicaciones/ley-1712.pdf>



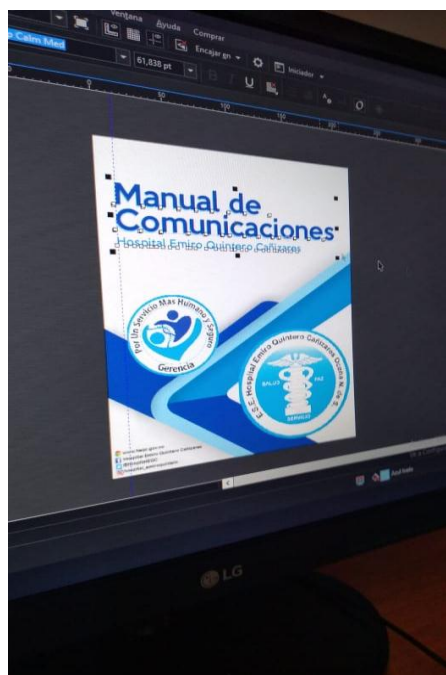
Fotografía anexo 1. Socialización con el jefe de prensa sobre los servicios y áreas del hospital

Fuente: Autora del Proyecto

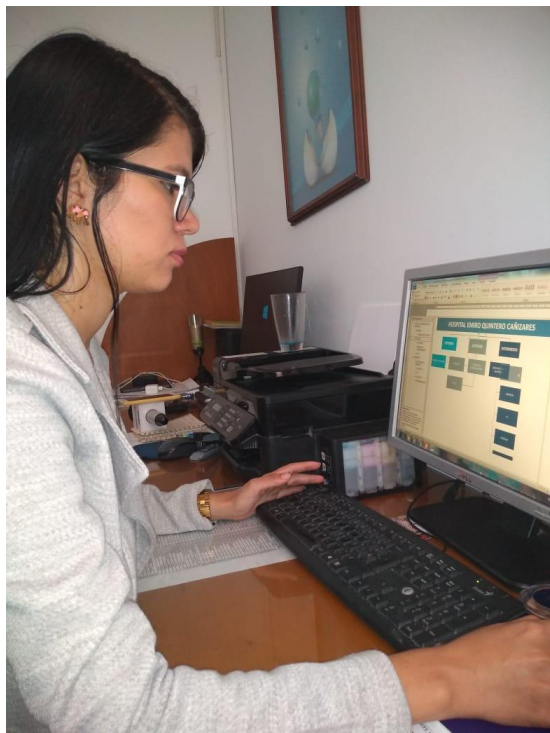


Fotografía anexo 2. Socialización de los tipos de públicos

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía anexo 4. Diseño y creación del manual de comunicaciones



Fotografía anexo 5. Realización de los mapas sobre tipos de públicos

Fuente: Autora del proyecto



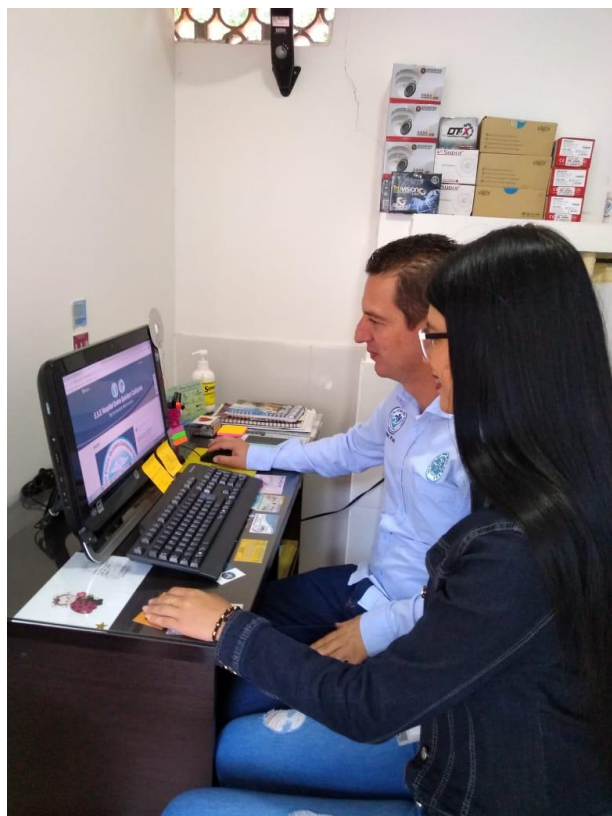
Fotografía anexo 6. Entrega de información interna en la E.S.E

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía anexo 7. Cubrimiento y realización de entrevistas a nivel externo

Fuente: Autora del proyecto



Fotografía anexo 8. Socialización con los líderes del hospital sobre el manual

Fuente: Autora del proyecto