

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento <b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	Código <b>F-AC-DBL-007</b>	Fecha <b>10-04-2012</b>	Revisión <b>A</b>
	Dependencia <b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	Aprobado <b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		Pág. <b>i(82)</b>

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>MARÍA FERNANDA PRADA CRIADO</b>		
FACULTAD	<b>EDUCACION ARTES Y HUMANIDADES</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>		
DIRECTOR	<b>LORENA PÉREZ VERGEL</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>CREACIÓN DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES PARA LA EMPRESA PROENSALUD, PROFESIONALES EN SALUD DE MEDELLÍN, ANTIOQUIA</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EN LA EMPRESA <b>PROENSALUD, PROFESIONALES EN SALUD</b> TENÍA UNA DEFICIENCIA EN LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN, YA QUE NO EXISTÍA UN ÁREA U OFICINA ENCARGADA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA. POR ESTA RAZÓN EL OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO DE GRADO ERA LA CREACIÓN DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES, CON ESTA SE BUSCABA MITIGAR LAS PROBLEMÁTICAS QUE SE PRESENTAN EN DICHS PROCESOS DE COMUNICACIÓN POR LA NO EXISTENCIA DE ESTA ÁREA.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 82	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



**CREACIÓN DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES PARA LA EMPRESA  
PROENSALUD, PROFESIONALES EN SALUD DE MEDELLÍN, ANTIOQUIA.**

**Autor**

**MARÍA FERNANDA PRADA CRIADO**

**310752**

**LORENA PÈREZ VERGEL**

**Directora**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA FACULTAD DE  
EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Ocaña, Colombia**

**julio, 2018**

## **Agradecimientos**

*Primero quiero agradecerle a Dios y la Virgen de Torcoroma por las bendiciones recibidas y escucharme cada vez que los necesito, por ser ese apoyo espiritual en todo momento.*

*A mis papás por siempre estar conmigo y brindarme la mano en cada momento ya sea bueno o malo, por ser ese apoyo incondicional, sobre todo en este proceso que no ha sido fácil. Gracias por enseñarme que las metas hay que cumplirlas y alcanzarlas, sin importar que digan los demás.*

*A mis amigas “La Plaga”, porque me vieron llorar, sufrir y reír, pero así me dieron el ánimo para salir adelante y en con tal de verme triunfar me ayudaron en todo. Quiero agradecerles sobre todo por acogerme en su familia porque como nosotras decimos que nosotras más que amigas somos hermanas.*

*Sobre todo, quiero agradecerle a ese angelito en el cielo que me cuida y me apoya, cada día recuerdo las palabras de ánimo que me dabas y que siempre decías que debía cumplir cada una de mis metas y graduarme es una de ellas.*

*Mil gracias a todos mis seres queridos por siempre apoyarme.*

## Índice

<b>Capítulo 1. Creación de la Oficina de Comunicaciones para la empresa PROENSALUD, Profesionales en Salud de Medellín, Antioquia.</b> .....	1
1.1 Descripción de la empresa. ....	1
1.1.1 Misión .....	3
1.1.2 Visión.....	3
1.1.3 Objetivos de la empresa: .....	3
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional .....	4
1.1.5 Descripción de la dependencia Asignada: .....	7
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	8
1.2.1 Planteamiento del Problema. ....	11
1.3 Objetivos de la pasantía .....	13
1.3.1 Objetivo General.....	13
1.3.2 Objetivos Específicos.....	13
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar .....	14
1.5 Cronograma de Actividades.....	15
<b>Capítulo 2. Enfoque referencial</b> .....	16
2.1 Enfoque Conceptual.....	19
<b>Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo</b> .....	22
3.1 Presentación de resultados. ....	22
3.1.1 Objetivo: Definir la estructura organizacional de la oficina de comunicaciones ..	22
3.1.1.1 <i>¿Quiénes somos?</i> .....	22
3.1.1.2 <i>Misión.</i> .....	23
3.1.1.3 <i>Visión.</i> .....	23
3.1.1.4 <i>Manual de Funciones.</i> .....	23
3.1.1.5 <i>Manual de Procedimientos</i> .....	30
3.1.1.6 <i>Organigrama de la oficina de comunicaciones.</i> .....	33
3.1.2 Objetivo: Realizar el estudio técnico de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD. ....	35
3.1.2.1 <i>Carta de Cotización del recurso humano y materiales tecnológicos</i> .....	35
3.1.2.2 <i>Plano de ubicación de la oficina de comunicaciones.</i> .....	39
3.1.3 Objetivo: Diseñar una estrategia comunicativa para el mejoramiento de los procesos internos y externos de PROENSALUD. ....	40
3.1.3.1 <i>Boletines Informativos</i> .....	42
3.1.3.2 <i>Periódico Institucional.</i> .....	44
3.1.3.3 <i>Canales de Comunicación</i> .....	47
3.1.3.4 <i>Portafolio de Servicio.</i> .....	50
<b>Capítulo 4. Diagnóstico Final</b> .....	62
<b>Capítulo 5. Conclusiones</b> .....	65
Recomendaciones .....	66
Referencias.....	67
Apéndice .....	68

## Lista de Figuras.

Figura 1 Valencia, L.T. (2018). Direccionamiento Estratégico. Organigrama. Recuperado de Plataforma Estratégica de PROENSALUD.	6
Figura 2 Manual de funciones de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD	30
Figura 3 Manual de Procedimientos de la Oficina de Comunicaicones de PROENSALUD	33
Figura 4 Organigrama de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD.	34
Figura 5 (2018). Recibido de la cotización. (Elaboración Propia).	37
Figura 6 2018). Recibido de la cotización. (Elaboración Propia).	37
<i>Figura 7 Definición de la ubicación física del área de comunicaciones. Diseño: Ing. Juan Sebastián Villamizar.</i>	39
Figura 8 Boletines informativos del mes de marzo	42
Figura 9 Boletines informativos del mes de junio	43
Figura 10 Boletines informativos mes de abril	43
Figura 11 Boletines informativos mes de mayo	43
Figura 12 Boletines informativos del mes de julio	44
Figura 13 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de marzo. Recuperado de: <a href="https://issuu.com/proensalud/docs/per_odico">https://issuu.com/proensalud/docs/per_odico</a>	45
Figura 14 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de abril. Recuperado de: <a href="https://issuu.com/proensalud/docs/periodico.docx">https://issuu.com/proensalud/docs/periodico.docx</a>	45
Figura 15 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de mayo. Recuperado de: <a href="https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_ff7dc96bce294c">https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_ff7dc96bce294c</a>	46
Figura 16 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de junio. Recuperado de: <a href="https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_f2ee259e99fa49">https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_f2ee259e99fa49</a>	46
Figura 17 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de julio. Recuperado de: <a href="https://issuu.com/proensalud/docs/periodico">https://issuu.com/proensalud/docs/periodico</a>	47
Figura 18 Fuente: Elaboración propia. (2018). Twitter de PROENSALUD. Recuperado de: <a href="https://twitter.com/PROENSALUD">https://twitter.com/PROENSALUD</a>	48
Figura 19 Fuente: Elaboración propia. (2018). Instagram de PROENSALUD. Recuperado de: <a href="https://www.instagram.com/proensalud/?hl=es-la">https://www.instagram.com/proensalud/?hl=es-la</a>	48
Figura 20 Fuente: Elaboración propia. (2018). Correos corporativos de PROENSALUD.	49
Figura 21 Fuente: Ing. Andrés Zuleta. (2018). Página web de PROENSALUD. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/">http://www.proensalud.co/</a>	50
Figura 22 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	51
Figura 23 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	51
Figura 24 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	52
Figura 25 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	52

Figura 26 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	53
Figura 27 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	53
Figura 28 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	54
Figura 29 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	54
Figura 30 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	55
Figura 31 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	55
Figura 32 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <a href="http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio">http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio</a>	62
Figura 33 (2018). Encuesta realizada para ver la necesidad de la oficina de comunicaciones. (Elaboración Propia).	64
Figura 34 (2018). Calificación por parte de los afiliados y empleados de PROENSALUD de la oficina de comunicaciones. Elaboración propia.	69
Figura 35 (2018). Calificación de la creación de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD. Elaboración propia	70
Figura 36 (2018). Encuesta sobre la creación de la oficina de comunicaciones PROENSALUD. Elaboración propia.	71

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1</b> Matriz DOFA de PROENSALUD.....	11
<b>Tabla 2</b> Descripción de las actividades a realizar en el proyecto.....	14
<b>Tabla 3</b> Cronograma de actividades.....	15
<b>Tabla 4</b> Cuadro de Actividades a realizar mes a mes .....	41

## Lista de Fotografías

Fotografía 1 Equipos tecnológicos de trabajo de la oficina de comunicaciones. (Elaboración propia).....	38
Fotografía 2 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).....	38
Fotografía 3 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia). .....	56
Fotografía 4 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia). .....	56
Fotografía 5 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia). .....	57
Fotografía 6 La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia).....	57
Fotografía 7 2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).....	58
Fotografía 8 (2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).....	58
Fotografía 9 (2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).....	59
Fotografía 10 .(2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).....	59
Fotografía 11 Equipos tecnológicos de trabajo de la oficina de comunicaciones. (Elaboración propia).....	60
Fotografía 12 (2018). Portafolio de servicio PROENSALUD. (Elaboración propia). .....	60
Fotografía 13 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).....	61
Fotografía 14 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).....	61

## **Introducción**

**PROENSALUD, Profesionales en salud** es un sindicato encargado de promover las mejoras en las condiciones de trabajo, formación profesional, los beneficios sociales, la prevención de los riesgos laborales y la participación en procesos de contratación de los afiliados, incentivando la ejecución, con altos estándares de calidad a través del mejoramiento continuo. Cuenta con diferentes convenios a nivel nacional, por eso es importante mantener las comunicaciones con cada una de las sedes y con cada uno de sus afiliados son de mayor importancia. Como también mantener activos y actualizados cada uno de los medios de comunicación que haga eficiente y eficaz las comunicaciones externas e internas del sindicato.

Por eso el objetivo principal de este proyecto es la creación de la oficina de comunicaciones, para mitigar las problemáticas que presente el sindicato por la no existencia de esta área, que actualmente en las organizaciones, empresas, instituciones o en este caso un sindicato, son de mayor importancia para el tema de marketing.

## **Capítulo 1. Creación de la Oficina de Comunicaciones para la empresa**

### **PROENSALUD, Profesionales en Salud de Medellín, Antioquia.**

#### **1.1 Descripción de la empresa.**

En el año 2010 a partir de la ley 1429 y el decreto 2025, surgió la necesidad de crear una empresa de carácter gremial, con el fin de garantizar la sostenibilidad financiera del sector salud y la estabilidad laboral de su recurso humano.

Tras varias reuniones se llegó a la determinación por parte de los diferentes grupos de profesionales de la salud, de conformar sindicatos de gremio por especialidades, al igual que sindicatos de gremios de primer y segundo grado para tener una mejor representación frente al Gobierno Nacional y las entidades contratantes.

Las problemáticas presentadas en el sector salud del país llevo a la fundación de **PROENSALUD, Profesionales en Salud**, el 23 de junio de 2011 con sede principal en el Municipio de Medellín, Departamento de Antioquia, recibiendo su personería jurídica y a la cual llevó a la conformación de un sindicato de gremio en primer grado.

En el año 2012 **PROENSALUD** comenzó a funcionar en Medellín, con los contratos de IPS Universitaria, Clínica León XIII, UCE Clínica León XIII, IPS Universitaria sede Prado, Hospital San Juan de Dios de Rionegro, Clínica de la Policía y Hospital San Rafael de Itagüí. En ese mismo

año la empresa adquirió el funcionamiento de la regional de Barranquilla, gestionando el recurso humano de la red distrital de salud, con profesionales en medicina general, nutrición, fisioterapia, trabajo social, fonoaudiología y psicología.

En agosto de 2012 se creó la regional San Andrés Islas, para gestionar el recurso humano en salud del Hospital Departamental Amor de Patria, contando con profesionales en medicina general, salud oral, nutrición y trabajo social, sin embargo, actualmente no existe convenio con la Región de San Andrés Islas.

En julio de 2013 **PROENSALUD** adquirió la Regional de Apartadó (Antioquia), apoyando la recuperación del Hospital Antonio Roldán Betancur por parte de la IPS Universitaria y gestionando el recurso humano de los afiliados.

**PROENSALUD** actualmente cuenta con más de 600 afiliados en diferentes instituciones hospitalarias ubicadas en el área Metropolitana de Medellín, Rionegro (Antioquia), el Distrito de Barranquilla, Apartadó (Antioquia) y Cali, quienes se desempeñan en los servicios de urgencias, hospitalizaciones, consulta externa, cirugía y unidad de cuidados especiales, auditoría médica y concurrente, auditoría de cuentas médicas.

(Valencia, Direccionamiento Estratégico, 2018) Direccionamiento estratégico. Recuperado de la Plataforma Estratégica de PROENSALUD.

### 1.1.1 Misión

Afiliar profesionales del sector salud, trabajar por su bienestar laboral, social y contribuir al mejoramiento de sus condiciones de vida.

### 1.1.2 Visión

Lograr el reconocimiento a nivel nacional por la calidad y el bienestar de sus afiliados y la generación de valor en el sector salud.

(Valencia, Direccionamiento Estratégico, 2018) Direccionamiento estratégico. Recuperado de la Plataforma Estratégica de PROENSALUD.

### 1.1.3 Objetivos de la empresa:

En los siguientes objetivos **PROENSALUD, Profesionales en salud**, establece las metas a cumplir ya sea corto, mediano o largo plazo para prestar un buen servicio al personal que hacen parte del sindicato.

- Prestar servicios profesionales en el área de la salud a través de un recurso humano calificado.
- Ejecutar procesos de prestación de servicios de salud mediante la administración integral de los recursos técnicos, tecnológicos y humanos para instituciones en el área de la salud.
- Prestar a los afiliados un servicio enfocado en la gestión del mejoramiento continuo de las condiciones de capacitación, crecimiento personal y satisfacción empresarial.
- Garantizar el manejo eficiente de los recursos que permita el retorno en compensaciones y beneficios al afiliado.

- Desarrollar políticas de mercado encaminadas al crecimiento empresarial y la permanencia como líderes en la administración de procesos con recurso humano en el área de la salud.

(Valencia, Direccionamiento Estratégico , 2018)

#### **1.1.4 Descripción de la estructura organizacional**

El organigrama de **PROENSALUD**, muestra específicamente cómo se encuentra estructurado el sindicato. Con cada una de sus áreas y los profesionales que la deben conformar para así poder prestar el servicio que se brinda a cada una de las clínicas y hospitales con las que se tiene convenio.

Se encuentra encabezado por la asamblea general, que está conformada por los afiliados escogidos por medio de votaciones, por parte de los profesionales de la salud que conforman el sindicato. Le sigue la junta directiva que la conforman cinco médicos, tres que son representante de los afiliados y dos médicos que uno de ellos es el presidente del sindicato y el director administrativo y financiero de **PROENSALUD**.

La presidencia esta al cargo del doctor Juan Arango Mejía, que es escogido por la junta directiva y es el que representa legalmente al sindicato.

El director administrativo y financiero, que también ejerce el papel de director ejecutivo es el que está a cargo de todas las áreas que conforman el sindicato, cada uno de los coordinadores de cada área debe reportar sobre el proceso de todos los planes de trabajo que

deriva cada área. El director ejecutivo también debe verificar si cada contrato ya sea de afiliados o administrativos cumplan con todos los requisitos.

Cada área está conformada por su coordinador y tienen bajo su cargo diferentes profesionales, en excepción el área de nómina ya que está conformada solo por el coordinador, que se encarga de todas las actividades de nómina. Cada una está conformada por tres o más personas, como por ejemplo el área de talento humano está establecida por: auxiliar de talento humano que es un apoyo para la coordinadora del área en la ejecución y cumplimiento de cada una de las actividades, junto con la practicantes de talento humano, el analista documental se encarga de recibir y ejecutar toda la documentación del sindicato, el practicante de comunicaciones se encarga de todos los procesos de la comunicación interna y externa, el mensajero y auxiliar de servicios generales.

El área financiera que se encuentra conformada por analistas contables, analista de tesorería y practicante de facturación de cartera, todos estos profesionales manejan las finanzas del sindicato que, en el momento de ser ejecutado o comprado, primero debe ser aprobado por el director administrativo y financiero.

El área de sistema integrado de gestión, esta está conformada por el analista de calidad, analistas de seguridad y salud en el trabajo y el analista de seguridad y salud en el trabajo (SST) y medio ambiente.

El personal de gestión comercial y mercadeo, analistas de sistemas, revisor fiscal y asesor jurídico, no se encuentran de una manera directa dentro de la estructura organizacional, ya que estos ejercen sus funciones por medios de prestaciones de servicios y manejan un contrato diferente al demás personal administrativo.



Figura 1 Valencia, L.T. (2018). Direccionamiento Estratégico. Organigrama. Recuperado de Plataforma Estratégica de PROENSALUD.

### **1.1.5 Descripción de la dependencia Asignada:**

La dependencia asignada para el desarrollo de la pasantía fue la coordinación de **Talento Humano**, como Comunicadora Social de **PROENSALUD**.

Esta dependencia se encarga de los trámites que tienen que ver con todas las situaciones administrativas del personal adscrito a **PROENSALUD**, así como el reconocimiento de las prestaciones sociales a que tienen derecho los servidores de la empresa. Para lograr su cometido, esta dependencia administra y conserva las hojas de vida, mediante el registro y control de los documentos que se tramitan en la dependencia de personal.

De la misma manera, la dependencia de Talento Humano se encarga de coordinar las actividades de capacitación y bienestar de empleados de la empresa.

Las funciones y servicios de la dependencia de Talento Humano de **PROENSALUD** son:

- Administrar todo lo relacionado con las vinculaciones, situaciones administrativas (permisos, vacaciones, licencias, comisiones, etc.) y retiros de los empleados de la empresa.
- Liquidar la nómina, pagos y descuentos de nómina, aportes a entidades externas y prestaciones sociales de cada empleado.
- Inscribir y actualizar a cada empleado en el escalafón interno de carrera administrativa de la empresa.
- Coordinar las actividades de inducción y capacitación de cada uno de los empleados de la empresa.

- Coordinar y ejecutar las actividades que busquen el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados de la empresa (recreación, deportes, actividades culturales, salud ocupacional, etc.).

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

Por medio de entrevistas no estructuradas o libres, a los cuatro coordinadores de cada área, dieron a conocer que la comunicación con cada profesional que se encuentra bajo su supervisión no es la adecuada, ya que muchas veces cada persona no reporta las actividades realizadas o hacen las cosas a su manera y terminan afectando los planes de trabajo del área. Cuando la coordinadora genera una orden o explica cómo se deben desarrollar las actividades las personas no prestan atención y desarrollan mal lo asignado, esto hace que la coordinadora tenga problemas con el director administrativo y el presidente, porque terminan afectando los demás procesos de cada área y esto hace que se presenten conflictos internos y errores frecuentemente en las actividades que se realizan en el día a día, por este motivo muchas veces se ve afectada la economía del sindicato por la pérdida de dineros.

Ante la problemática que presenta la institución por falta del área de comunicaciones, al ser un sindicato con diferentes convenios con clínicas y hospitales a nivel nacional, las comunicaciones son primordiales y necesarias. Cada información que debe ser dirigida a los afiliados se realizan por medio de teléfono, ya que actualmente no cuentan con más canales de comunicación que faciliten las emisiones de mensajes entre el personal administrativo y

afiliados, eso ha hecho que se presenten diferentes problemáticas a nivel interno, ya que dichos documentos en el momento de ser solicitados algunas veces no se realizan a tiempo para el afiliado y muchas veces llegan a perderse en el proceso de entrega, por lo que deben pasar por diferentes manos antes de llegar al solicitante. Esto genera un mal clima organizacional entre afiliados y empleados del sindicato.

En el momento de solicitar una licitación los diferentes hospitales o clínicas a nivel nacional; estos, tienen en cuenta la manera como se encuentran estructurado organizacionalmente cada uno de los sindicatos. **PROENSALUD** por la ausencia de una oficina de comunicaciones lo hace inferior a los demás sindicatos, ya que cada uno de ellos cuenta con un departamento, oficina o área de comunicaciones dentro de su estructura organizacional, que ejerzan todos los procesos de comunicaciones y así tener una mejor relación o participación entre estos (clínicas o hospitales y sindicatos).

Por eso el objetivo general de este proyecto fue crear la oficina de comunicaciones, para mejorar las problemáticas que se presentaban. Especialmente se buscó mejorar las comunicaciones internas y externas.

También se buscó por medio de un portafolio de servicio mejorar el mercadeo de los servicios que brinda el sindicato, ya que no contaba con éste que en el momento de posicionar una marca y conseguir contratos, es una herramienta primordial para dar a conocer los servicios que se ofrecen en una empresa y con esto lograr conseguir más convenios a nivel nacional.

En esta estrategia también se busca crear entre los empleados de la parte administrativa un buen ambiente laboral y sentido de pertenencia con la empresa en general, trabajando con bienestar se buscaría ejecutar unos planes de acción para mejorar los conflictos internos que terminan afectando el clima laboral.

Tabla 1  
Matriz DOFA de PROENSALUD

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Personal capacitado para la realización de las actividades, en el área de talento humano.	Se presentan muchos errores, por la falta de comunicación en el área.	Expansión a nivel nacional y convenios con diferentes empresas prestadoras de salud del país.	Falta de profesionales de la salud, en el momento de ser solicitados.
En el momento de selección de personal para ingresar a la institución, se realizan las respectivas pruebas y exámenes.	Malas relaciones entre empleados.	Crecimiento de población (afiliados).	La falta de posicionamiento de la marca ante las empresas prestadoras de salud y los profesionales de salud.
Planes de acción para mitigar o mejorar el clima organización.	No maneja presupuesto para la realización actividades que mejoren las relaciones entre los empleados por parte de bienestar.	Alianzas estratégicas (aseguradores, cajas de compensaciones, bancos, etc.) para el beneficio de los afiliados y empleados.	Falta de contratos con diferentes clínicas y hospitales a nivel local o nacional.
Cuenta con beneficios con diferentes empresas a nivel nacional, que favorecen a los empleados y afiliados.	Falta de personal en el área de comunicaciones.	Crecimiento en el nivel profesional ya sea a los afiliados o empleados.	Falta de apoyo por parte de la gerencia de las clínicas y hospitales que se tiene convenio, con cada una de las actividades que debe realizar el área.
Un buen servicio al cliente por parte del personal hacia los afiliados y los profesionales de la salud que desean hacer parte del sindicato.	Falta de canales de comunicación.	Brindarle beneficios y un lugar que cuente con todas las normas de seguridad, a cada uno de los integrantes de la institución.	Perder licitaciones de clínicas y hospitales, antes los diferentes sindicatos del sector.

**Nota:** La tabla muestra el análisis con la matriz DOFA, de la dependencia asignada en la cual se va a llevar acabo la realización de las pasantías en la empresa. (Fuentes: Elaboración Propia).

### 1.2.1 Planteamiento del Problema.

Actualmente, no existe una dependencia encargada de administrar las comunicaciones externas e internas del sindicato **PROENSALUD**, por lo que los documentos que se derivan de las mismas se procesa y administra de manera muy rudimentaria e informal. Dichos mensajes no terminan siendo claros y concisos para las personas a la que va dirigido. Muchas veces por el mal uso de las plataformas digitales o por el no uso de éstas, se dificulta las emisiones de mensajes.

Hay que tener en cuenta que muchos de los afiliados no son partícipes de las plataformas digitales y se les debe emitir los mensajes de manera telefónica, esto hace que los procesos de comunicación sean anticuados o un poco retrógrados a la era milenio en la que nos encontramos.

Esta situación ha hecho que el mismo empleado del sindicato sea quienes se encargan de redactar comunicados y demás documentos que surjan de las actividades que realiza el sindicato, de manera que es habitual que, por tratarse de una actividad impropia de los cargos, se presenten errores en la producción de los mensajes, lo cual afecta la imagen corporativa porque dicha documentación no cuenta con el diseño apropiado y no cuenta con los logotipos e información institucional. Esto también genera un mal clima organizacional entre los administrativos y afiliados que la conforman, ya que, al momento de realizar una solicitud de algún archivo, se demoran al tramitarlos y por no contar con unos canales de comunicación estos documentos son enviados a cada una de las clínicas o hospitales por medio del mensajero y algunos de estos llegan a extraviarse.

Por otro lado, al no existir una dependencia encargada de las comunicaciones tanto internas como externas del sindicato, no existe un espacio que intervenga con las regionales del sindicato y los afiliados puedan exponer a **PROENSALUD** sus peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones (Buzón PQRS).

El hecho de que no exista una dependencia encargada de las comunicaciones de la empresa impide manejar y clasificar la información que **PROENSALUD** busca dar a conocer en razón de su objeto social.

### **1.3 Objetivos de la pasantía**

#### **1.3.1 Objetivo General.**

Crear la oficina de comunicaciones para la empresa **PROENSALUD, Profesionales en salud**, en Medellín, Antioquia.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

- Definir la estructura organizacional de la oficina de comunicaciones de la empresa **PROENSALUD, Profesionales en salud.**
- Realizar el estudio técnico de la oficina de comunicaciones de la empresa **PROENSALUD, Profesionales en salud.**
- Diseñar e implementar una estrategia comunicativa para el mejoramiento de los procesos internos y externos de la empresa **PROENSALUD, Profesionales en salud.**

## 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 2

*Descripción de las actividades a realizar en el proyecto.*

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES
	<p><b>Definir la estructura organizacional de la oficina de comunicaciones de la empresa PROENSALUD, Profesionales en salud.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Construir la misión y visión de la dependencia en el marco de las políticas de la empresa.</b></li> <li>• <b>Diseñar y elaborar el manual de funciones de la oficina.</b></li> <li>• <b>Definir y diseñar organigrama de la dependencia.</b></li> <li>• <b>Diseñar y elaborar el manual de procedimientos.</b></li> </ul>
<p><b>Crear la oficina de comunicaciones para el sindicato PROENSALUD, Profesionales en salud, en Medellín, Antioquia.</b></p>	<p><b>Realizar el estudio técnico de la oficina de comunicaciones de la empresa PROENSALUD, Profesionales en salud.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cotización del recurso humano, de los equipos tecnológicos y material requerido para el funcionamiento de la oficina de comunicaciones.</b></li> <li>• <b>Definición de ubicación física de la dependencia en la empresa.</b></li> </ul>
	<p><b>Diseñar e implementar una estrategia comunicativa para el mejoramiento de los procesos internos y externos de la empresa PROENSALUD, Profesionales en salud.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Crear el boletín informativo para la empresa y afiliados.</b></li> <li>• <b>Diseñar el periódico institucional.</b></li> <li>• <b>Implementar los canales de comunicación de la empresa y los medios que se utilizarán en los mismos (página web, redes sociales y correos corporativos).</b></li> <li>• <b>Diseño del portafolio de servicios.</b></li> </ul>

**Nota:** Cada uno de sus objetivos con sus actividades, para llevar a cabo el desarrollo del proyecto. (Fuente:

Elaboración propia).

## 1.5 Cronograma de Actividades.

Tabla 3

*Cronograma de actividades.*

MESES	2018																
	MARZO			ABRIL				MAYO				JUNIO			JULIO		
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
Construir la misión y visión de la dependencia en el marco de las políticas de la empresa.	x	x	x														
Diseñar y elaborar el manual de funciones de la oficina.					x	x											
Definir y diseñar organigrama de la dependencia.										x							
Diseñar y elaborar el manual de procedimientos.											x						
Cotización de los equipos tecnológicos y material requerido para la oficina de comunicaciones.			x														
Definición de ubicación física de la dependencia en la empresa.					x	x											
Crear el boletín informativo para la empresa y afiliados			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Diseñar el periódico institucional.	x	x	X				x				x				X		X
Implementar los canales de comunicación de la empresa y los medios que se utilizarán en los mismos (página web, redes sociales y correos corporativos).			x														
Diseño del portafolio de servicios.												x	x	x	x		

**Nota:** En la siguiente tabla está establecida cada una de las actividades a realizar con cada uno de los días que se va a realizar. (Fuente: Elaboración propia).

## Capítulo 2. Enfoque referencial

En el país actualmente existen varios estudios sobre la creación de departamentos o área de comunicaciones en las diferentes empresas, ya que juegan un papel importante en el desarrollo de las comunicaciones internas y externas de las empresas. Las comunicaciones en el mundo empresarial juegan un papel importante, para el desarrollo de estas en el mundo de la oferta y la demanda. Por esto muchas se encuentran en proceso de desarrollo de estas áreas o departamentos para mejorar cada uno sus procesos y ser un apoyo a cada una de las áreas que comprenden el organigrama de la empresa.

A nivel nacional se encuentran en desarrollo varios estudios sobre la creación de áreas o departamento de comunicaciones en las empresas o instituciones

En primera instancia se encontró la tesis titulada “Creación del departamento de comunicaciones en la Iglesia cristiana Familiar Ríos de Vida” y realizada por Adriana Carolina Batista Rangel, Bárbara Patricia Escobar Vergara y Vanessa Lucia Reyes López. Esta tesis dio a conocer la importancia de la creación del departamento de comunicaciones, para así posicionar su imagen, mejorando la comunicación interna y así también lograr la mejoría de la comunicación externa, por medio de una estrategia comunicativa.

La metodología para la realización de dicha tesis, para obtener los datos fue por medio de la investigación directa, por medio de la investigación de elementos comunicacionales y personal

de la iglesia. Se sacaron las conclusiones de la necesidad del departamento de comunicaciones la iglesia cristiana.

Se concluyó que el departamento de audiovisuales es el encargado de tomar la decisión que se publica y se da conocer a los feligreses de su iglesia, esto y la ausencia del personal idóneo en el área fortalecen las comunicaciones y las relaciones con las personas.

Batista, A. Escobar, B. y Reyes, V. (2013). Creación del departamento de comunicaciones en la iglesia cristiana familiar ríos de vida. Cartagena.

También se encontró otra tesis, realizada por estudiantes en busca del título de comunicador social Kelly Arévalo Orozco, Gilmer Navarro Geliz y María Luisa Ochoa Díaz, de la Universidad de Cartagena en el año 2014. Titulada “Creación y puesta en funcionamiento del departamento de comunicaciones de la asamblea departamental de Bolívar”, donde se establece la necesidad de crear una oficina de comunicaciones de la asamblea departamental de departamento de Bolívar.

Esta tesis se desarrolló con el propósito de mejorar las comunicaciones internas y externas ya que son una pieza clave para dinamización organizacional de cualquier organización u empresa. A través de proyectos y herramientas de comunicaciones, se dio a conocer el importante papel que cumple la corporación como ente de control político en dicho departamento.

Fue una investigación tipo cualitativo y descriptivo, teniendo en cuenta que trabajamos desde la observación e interpretación de cada uno de los elementos que se encuentran en la Asamblea Departamental de Bolívar, para lograr identificar las necesidades que tiene y así diseñar un plan estratégico de comunicación, el cual busca visibilizar la razón social de la Asamblea. (Ochoa, 2014)

Por medio de una estrategia se buscó mejorar las comunicaciones internas, externas y digitales de la asamblea departamental del departamento de Bolívar. Para mejorar la comunicación interna se realizó: el manual y reglamento interno, encuentros bimestrales, correos institucionales, periódico mural y circulares. Con la comunicación externa se realizaron: videos institucionales, comunicados de prensa, periódico mensual y una cartilla informativa. Las comunicaciones digitales: Redes sociales y página web (Facebook, Instagram y Twitter). Que todos estos facilitaron la comunicación entre la Asamblea y las personas del departamento de Bolívar.

Con la realización de esta tesis se llegó a la conclusión que toda empresa debe tener un departamento, oficina o área de comunicaciones, ya que sin está no se puede dar a conocer las labores de las entidades y el clima organizacional no es el adecuado y no reflejarían una buena imagen corporativa.

Indagando en las diferentes investigaciones relacionadas con el tema a tratar en el proyecto, se van respondiendo diferentes preguntas que van surgiendo en el desarrollo de este y se puede decir que es de gran importancia un departamento o área de comunicaciones en

cualquier organización, empresa o institución ya sea pública o privada. La cual ayuda a definir cada una de las funciones y así mejorar el contenido de los elementos comunicacionales y reflejar los cambios en una buena comunicación externa y en las comunicaciones internas.

Teniendo en cuenta que el encargado del área en este caso un comunicador social se encarga de concretar y dar a conocer el cambio de las organización, empresa o institución, en el momento de la creación de dicha área, por medio de la planificación de estrategias comunicacionales buscara concertar y dar a conocer los cambios y beneficios que se generan con la creación del área de comunicaciones en las diferentes empresas, organizaciones e instituciones ya sean privadas o públicas.

## **2.1 Enfoque Conceptual**

La comunicación es la actividad que consiste en el intercambio de una información entre un emisor quien es el que trasmite un mensaje al o los receptores por medio de diferentes canales, esperando que se ejerza un intercambio de mensajes entre estos. Pero también es el estudio y el análisis de las sociedades humana, esto hace referencia a los fenómenos estudiados por la psicología social, así como los procesos organizativos y los nuevos fenómenos que se presentan en la sociedad.

Existen diferentes tipos de comunicación, como lo son la comunicación interpersonal que es el intercambio de mensajes entre individuo y las personas a su alrededor, donde este puede conocer sus fortalezas y debilidades en el momento de comunicarse, La comunicación mediática

que es la comunicación utilizada por las organizaciones para la recopilación, análisis y elaboración de la información, la comunicación intercultural es la comunicación entre un individuo y las diferentes culturas y la comunicación intergrupala es la comunicación donde un grupo de personas tiene el mismo objetivo y buscan cumplir un mismo fin.

También surge la comunicación organizacional que son el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir un mensaje por diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de las empresa u organizaciones. (LIBAERT., 2000). El plan de comunicación organizacional: Cómo definir y organizar las estrategias de comunicación. Francia.).

Para una buena comunicación organizacional dentro de la empresa se debe tener en cuentas las comunicaciones internas y eternas. Donde la externa hace referencia al conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo general, mantener o reforzar las relaciones entre las compañías y los diferentes públicos. (Berna, 2013)

La comunicación interna que va 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. No olvidemos que las empresas son lo que son por sus equipos humanos, por ello, se deben motivar para mejorar los resultados. (Andrade, 2010)

Toda empresa, organización o institución, debe tener en su estructura organizacional ya sea un departamento, oficina o área de comunicaciones ya que esta se encarga de gestionar las relaciones publicas internas, acciones contundentes al equilibrio del clima organizacional y la articulación comunicativa con medios internos. (EHB, 2010)

Cada departamento, oficina o área de comunicaciones debe tener un plan de trabajo para ejecutar donde debe elaborar acciones en pro a las comunicaciones internas y externas, esto se logra creando una estrategia comunicativa, ya que es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que las empresas, organizaciones o instituciones va a colocar en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. (Fernandez, 2012)

Por eso las comunicaciones son primordiales para las personas sino también para las organizaciones, ya que son la base de las relaciones y por medio de esta es que se dan a conocer al exterior.

## Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo

### 3.1 Presentación de resultados.

Para llegar al cumplimiento del objetivo general, se debió realizar cada una de las actividades establecidas en los objetivos específicos y dar por creada la oficina de comunicaciones de **PROENSALUD**. Fue un trabajo de 16 semanas en las cuales para la realización de algunas actividades se contó con la participación del personal administrativo y afiliados.

#### 3.1.1 Objetivo: Definir la estructura organizacional de la oficina de comunicaciones

En este se da a conocer la razón de ser de la oficina, su manual de funciones y el organigrama como está establecida la oficina.

##### 3.1.1.1 *¿Quiénes somos?*

Oficina encargada de dirigir y orientar la difusión de la imagen institucional y el manejo eficiente y eficaz de los procesos de comunicación de **PROENSALUD**, con el fin de cumplir con la misión institucional y difundir las políticas y planes de trabajo de cada uno de las áreas que conforman el sindicato.

### ***3.1.1.2 Misión.***

Gestionar las comunicaciones corporativas de tal manera que sea un apoyo para todas las áreas al momento de hacer masiva una comunicación y buscar estrategias que permitan integrar a todos los afiliados y personal administrativo con el objetivo de los procesos de la institución de manera oportuna y eficaz.

### ***3.1.1.3 Visión.***

Posicionar la imagen corporativa de **PROENSALUD. Profesionales en salud**, por medio de herramientas y estrategias comunicativas, que permitan una buena comunicación entre personal administrativo, afiliados y ciudadanos en general.

### ***3.1.1.4 Manual de Funciones.***

El manual de funciones de la oficina de comunicaciones de **PROENSALUD**, especifica quien debe estar al cargo de esta área en este caso un comunicador social. También especifica cada una de las funciones y responsabilidades que se debe ejercer el profesional asignado en la oficina, para mejorar cada día las comunicaciones internas y externas, manejar la imagen corporativa y el resto de actividades del cargo.

En el momento de la realización del manual de funciones se tuvo en cuenta, cada uno de los roles del trabajador o afiliado dentro de sindicato y cada una de las políticas de calidad, ya que el sindicato se encuentra en proceso de acreditación.


**MANUAL DE FUNCIONES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES**
**IDENTIFICACIÓN**

<b>Nombre de la Oficina:</b>	Oficina de Comunicaciones
<b>Misión de la Oficina:</b>	Gestionar las comunicaciones corporativas de tal manera que sea un apoyo para todas las áreas al momento de hacer masiva una comunicación y buscar estrategias que permitan integrar a todos los afiliados y personal administrativo con el objetivo de los procesos de la institución de manera oportuna y eficaz.
<b>Dependencia:</b>	Talento Humano.
<b>Nombre del cargo:</b>	Gerente de comunicaciones.
<b>Cargos que le reportan:</b>	Dirección administrativa y financiera.

**PERFIL**

<b>Formación Académica:</b>	Comunicador social.
<b>Conocimientos Básicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación organizacional.</li> <li>• Comunicación estratégica.</li> <li>• Comunicación Asertiva.</li> </ul>
<b>Experiencia Laboral:</b>	1 año

N.º	CICLO PHVA	RESPONSABILIDADES		RESPONSABLE
		ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	NOMBRE / CARGO
1	Verificar	<b>Coordinación de la oficina</b>	Revisar que todas las funciones y procedimientos de la oficina se estén cumpliendo y desarrollando a tiempo.	Gerente de comunicaciones
2	Planear	<b>Bienestar Laboral</b>	Diseñar, en compañía del área de talento humano, el plan de trabajo mensual de bienestar laboral	Gerente de comunicaciones
	Hacer		Elaborar en compañía de las diferentes áreas las campañas o propuestas para desarrollar cada evento del plan de bienestar laboral, solicitar cotizaciones de acuerdo al presupuesto y presentarlas a la Dirección Administrativa y Financiera.	Gerente de comunicaciones
3	Hacer	<b>Promoción del sindicato.</b>	Gestionar alianzas institucionales por medio de reuniones con las diferentes empresas que pueden brindarles un buen beneficio a los afiliados..	Gerente de comunicaciones

**IDENTIFICACIÓN**

<b>Nombre de la Oficina:</b>	Oficina de Comunicaciones
<b>Misión de la Oficina:</b>	Gestionar las comunicaciones corporativas de tal manera que sea un apoyo para todas las áreas al momento de hacer masiva una comunicación y buscar estrategias que permitan integrar a todos los afiliados y personal administrativo con el objetivo de los procesos de la institución de manera oportuna y eficaz.
<b>Dependencia:</b>	Talento Humano.
<b>Nombre del cargo:</b>	Comunicador Social.
<b>Cargos que le reportan:</b>	Gerente de comunicaciones.

**PERFIL**

<b>Formación Académica:</b>	Comunicador social.	
<b>Conocimientos Básicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación interna y externa.</li> <li>• Comunicación estratégica.</li> <li>• Comunicación Asertiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de plataformas virtuales.</li> <li>• Comunicación de marketing.</li> <li>• Comunicación en crisis.</li> </ul>
<b>Experiencia Laboral:</b>	1 año	

N.º	CICLO PHVA	RESPONSABILIDADES		RESPONSABLE
		ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	NOMBRE / CARGO
1	Hacer	<b>Bienestar Laboral</b>	<p><b>Logística de las actividades:</b> Hacer partícipe de la logística de cada una de las actividades que se realiza en el sindicato con cada una de las siguientes responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir la tarjeta de invitación por los diferentes medios de comunicación interna.</li> <li>• Apoyar en el suministro de: obsequios, refrigerios, material informativo, etc.</li> <li>• Garantizar la asistencia de los invitados.</li> <li>• Tomar evidencias de la actividad (firmas, fotografías, videos).</li> <li>• Recolectar los registros de evidencia para su clasificación y archivo. (editar videos y fotografías, archivar registros de asistencia).</li> <li>• Publicar en las redes sociales de la institución, los resultados de las actividades. (con previa autorización de la Dirección).</li> </ul>	Comunicador social
2	Hacer	<b>Comunicación interna</b>	Mantener actualizado cada uno de los canales de comunicación con información del sindicato	Comunicador social
	Hacer		Dominio de las plataformas digitales del sindicato.	Comunicador social
	Hacer		Diseño del periódico institucional.	Comunicador social
	Hacer		Diseño del Boletín Informativo.	Comunicador social
3	Hacer	<b>Promoción del sindicato.</b>	Diseñar propuestas o estrategias comunicativas para el mejoramiento de la imagen institucional.	Comunicador social
	Hacer		Mantener actualizado el portafolio de servicio.	Comunicador social

Hacer	Diseñar estrategias comunicativas para la fidelización de clientes, entidades contratantes, afiliados y demás grupos de interés. Esta actividad se debe realizar en compañía del relacionista público.	Comunicador social
-------	--	--------------------

#### IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre de la Oficina:</b>	Oficina de Comunicaciones
<b>Misión de la Oficina:</b>	Gestionar las comunicaciones corporativas de tal manera que sea un apoyo para todas las áreas al momento de hacer masiva una comunicación y buscar estrategias que permitan integrar a todos los afiliados y personal administrativo con el objetivo de los procesos de la institución de manera oportuna y eficaz.
<b>Dependencia:</b>	Talento Humano.
<b>Nombre del cargo:</b>	Relacionista público.
<b>Cargos que le reportan:</b>	Gerente de comunicaciones.

#### PERFIL

<b>Formación Académica:</b>	Relacionista Público.	
<b>Conocimientos Básicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación de marketing.</li> <li>• Comunicación en crisis.</li> <li>• Relaciones con la comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones financieras e industriales.</li> <li>• Identidad de marca.</li> </ul>
<b>Experiencia Laboral:</b>	1 año	

N.º	CICLO PHVA	RESPONSABILIDADES		RESPONSABLE
		ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	NOMBRE / CARGO
1	Hacer	<b>Promoción del sindicato.</b>	Mantener actualizado el portafolio de servicio y gestionar nuevos convenios con hospitales y clínica a nivel nacional.	Relacionista Público
	Verificar		Ser un apoyo para el comunicador social en el desarrollo de la estrategia comunicativa, que tiene con el fin de lograr la fidelización de clientes, entidades contratantes, afiliados y demás grupos de interés.	Relacionista Público
	Hacer		Diseñar estrategias para promocionar la institución con el fin de adquirir más y nuevos contratos y fomentar su reconocimiento en el medio.	Relacionista Público

#### IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre de la Oficina:</b>	Oficina de Comunicaciones
<b>Misión de la Oficina:</b>	Gestionar las comunicaciones corporativas de tal manera que sea un apoyo para todas las áreas al momento de hacer masiva una comunicación y buscar estrategias que permitan integrar a todos los afiliados y personal administrativo con el objetivo de los procesos de la institución de manera oportuna y eficaz.
<b>Dependencia:</b>	Talento Humano.
<b>Nombre del cargo:</b>	Diseñador gráfico.
<b>Cargos que le reportan:</b>	Gerente de comunicaciones.

## PERFIL

<b>Formación Académica:</b>	Diseñador gráfico.
<b>Conocimientos Básicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación de marketing.</li> <li>• Manejo de herramientas de diseño.</li> <li>• Publicidad.</li> </ul>
<b>Experiencia Laboral:</b>	1 año

N.º	CICLO PHVA	RESPONSABILIDADES		RESPONSABLE
		ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	NOMBRE / CARGO
1	Hacer	<b>Diseño</b>	Elaborar material publicitario para dar a conocer al personal las diferentes estrategias, cambios y campañas institucionales para su conocimiento e interiorización.	Diseñador gráfico
	Hacer		Diseñar las tarjetas de invitación para las diferentes actividades, fechas especiales y cumpleaños que se realizan en el mes, estas fechas son notificadas por bienestar.	Diseñador gráfico
2	Hacer	<b>Promoción del sindicato.</b>	Mantener actualizado el diseño del portafolio de servicio, cada vez sea solicitado por las directivas del sindicato.	Diseñador gráfico

## RESPONSABILIDADES CON EL SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

## ROL: TRABAJADORES O AFILIADOS

1	Hacer	Conocer y tener clara la política de Seguridad y Salud en el trabajo.
2	Hacer	Procurar el cuidado integral de su salud.
3	Hacer	Suministrar información clara, completa y veraz sobre su estado de salud.
4	Hacer	Cumplir las normas, reglamentos e instrucciones del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el trabajo de la empresa.
5	Hacer	Participar en la prevención de riesgos laborales mediante las actividades que se realicen en PROENSALUD.
6	Hacer	Participar en las actividades de capacitación en Seguridad y Salud en el trabajo definidas en el plan de capacitación del SG-SST.
7	Hacer	Informar oportunamente al empleador o contratante acerca de los peligros y riesgos latentes en su sitio de trabajo.
8	Hacer	Participar y contribuir al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST.
9	Actuar	Reportar inmediatamente todo accidente de trabajo o incidente.

## RESPONSABILIDADES GENERALES RELACIONADAS CON LOS PROCESOS TRANSVERSALES

1	Hacer	<b>Asistir, participar y adoptar los compromisos derivados en la jornada de:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inducción</li> <li>• Reinducción</li> <li>• Despliegue de Prácticas</li> <li>• Reuniones de área y/o de persona.</li> <li>• Desarrollo de comités, entre otros. A los que haya sido invitado(a).</li> </ul>
2	Hacer	<b>Adoptar las culturas empresariales de los sistemas de:</b>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión integral de la calidad.</li> <li>• Seguridad y salud en el trabajo.</li> <li>• Gestión ambiental, entre otros.</li> </ul>
3	Hacer	<p><b>Alinear sus funciones con los sistemas de gestión adoptados por la empresa y ejecutar las siguientes tareas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diligenciar oportuna y efectivamente los documentos que le competen.</li> <li>• Custodiar los registros generados en dichos sistemas de gestión.</li> <li>• Agendarse para ser auditado interna y externamente, suministrar la información requerida en la misma.</li> <li>• Implementar indicadores de gestión en su proceso y suministrar la información necesaria para otros indicadores y mediciones.</li> <li>• Implementar acciones correctivas, preventivas y/o de mejora según sea pertinente para el adecuado desarrollo de procesos.</li> <li>• Asistir a las reuniones informativas y capacitaciones derivadas para el desarrollo de su labor.</li> </ul>
4	Hacer	Custodiar los activos fijos que le sean asignados para el desarrollo de su labor.
+5	Hacer	<p><b>Asistir a las jornadas empresariales de bienestar laboral:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integraciones.</li> <li>• Capacitaciones.</li> <li>• Eventos y demás compromisos.</li> </ul>
6	Verificar	Velar por la utilización eficiente de los recursos de la empresa y propender por el cumplimiento de metas desde la junta directiva.
7	Actuar	Participar en la implementación de acciones (preventivas y/o de mejora) requeridas para el buen funcionamiento de la empresa.

### COMPETENCIAS PROENSALUD

N.º	COMPETENCIA	DEFINICIÓN	DESCRIPTOR COMPORTAMENTAL
1	<b>Compatibilidad emocional</b>	Capacidad para adaptarse a las condiciones del entorno laboral, de una manera adecuada logrando equilibrio emocional frente a las situaciones de estrés, soportando mejor la presión y condiciones demandantes.	• Realiza su trabajo de manera eficiente, independientemente de las condiciones críticas de su entorno laboral.
			• Mantiene el control emocional en medio de presiones del trabajo.
			• Sabe encontrar sentido a lo que hace pese a factores desgastantes o a altas demandas productivas.
			• Tiene reacciones adecuadas con clientes, compañeros o pares a pesar de las presiones del medio.
			• Demuestra una actitud positiva y propositiva ante situaciones límite o de difícil manejo.
2	<b>Discreción</b>	Actitud proclive a salvaguardar información clasificada y a mantener una posición vigilante respecto a lo que se le confía	• Establece formas de salvaguardar la información clasificada a su cargo.
			• Mantiene absoluta discreción en el manejo de información crítica.
			• Efectúa respaldos para preservar la información.
			• Se asegura de compartir la información con los destinatarios previamente identificados.
			• Cumple con las normas y protocolos vinculados al trasiego de información.
3	<b>Orientación al servicio</b>	Actitud y aptitud de comprender las necesidades de otros (clientes, compañeros, colaboradores), lo que traduce en apoyo decidido o que redunde en acciones efectivas.	• Está al tanto de las necesidades de los usuarios o clientes tanto internos como externos.
			• Sabe dar respuesta efectiva y oportuna a las necesidades de los usuarios o clientes tanto internos como externos.
			• Acomete acciones orientadas a mantener un efectivo acercamiento a sus clientes con fines de servicio.
			• Diseña formatos o esquemas que coadyuvan a la depuración del servicio a su cargo.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es honesto e íntegro en la relación técnica profesional con sus clientes.</li> </ul>
4	<b>Responsabilidad</b>	Capacidad para asumir un sentido del deber a toda prueba y una propensión al cumplimiento de las responsabilidades que la organización le ha asignado, con total apego a los estándares de efectividad requerida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifiesta un alto sentido del deber el cual expresa a través de un trabajo comprometido.</li> <li>• Cumple fielmente con las obligaciones en diversas situaciones y escenarios.</li> <li>• Tiene claro que las responsabilidades no son gravosas y que contribuyen a la misión del puesto y de la organización.</li> <li>• Cumple con las cuotas asignadas, los estándares fijados y con los diversos indicadores establecidos por la organización.</li> <li>• Se ausenta solo por motivos de fuerza mayor y hace lo posible para reponer el tiempo perdido.</li> </ul>
5	<b>Sentido de pertenencia</b>	Es la actitud del individuo a sentirse dueño de su propio proceso guiado por una convicción profunda de adherencia a la organización y sus objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se expresa permanentemente identificado con la misión y visión de la organización.</li> <li>• Promueve un adecuado ambiente trabajo debido a su creencia de que la organización es parte integral y valiosa de su propia vida.</li> <li>• Demuestra lealtad a toda prueba hacia las directrices y lineamientos de la organización.</li> <li>• Busca que las acciones de trabajo estén correctamente alineadas a la estrategia de la organización.</li> <li>• Se compromete con los cambios y metas de alto rendimiento de manera inmediata.</li> </ul>

### COMPETENCIAS PROYECTADAS AL DESEMPEÑO

N.º	COMPETENCIA	DEFINICIÓN	DESCRIPTOR COMPORTAMENTAL
1	<b>Iniciativa</b>	Capacidad de iniciar algo o de dinamizar acciones, sin que necesariamente medie autorización o presión del superior jerárquico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suele iniciar gestiones por cuenta propia sin que necesariamente medien instrucciones del superior.</li> <li>• Aporta ideas que no solo presenta a la administración, sino que aplica con gran efectividad.</li> <li>• Siempre está al tanto de introducir o iniciar mejoras a los procesos a su cargo.</li> <li>• Adopta acciones correctivas o preventivas inmediatas sin que medie autorización del superior.</li> <li>• Aplica nuevos conocimientos o técnicas encaminadas a una mayor calidad de lo que hace.</li> </ul>
2	<b>Compatibilidad Emocional</b>	Capacidad para adaptarse a las condiciones del entorno laboral, de una manera adecuada logrando equilibrio emocional frente a las situaciones de estrés, soportando mejor la presión y condiciones demandantes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza su trabajo de manera eficiente, independientemente de las condiciones críticas de su entorno laboral.</li> <li>• Mantiene el control emocional en medio de presiones del trabajo.</li> <li>• Sabe encontrar sentido a lo que hace pese a factores desgastantes o a altas demandas productivas.</li> <li>• Tiene reacciones adecuadas con clientes, compañeros o pares a pesar de las presiones del medio.</li> <li>• Demuestra una actitud positiva y propositiva ante situaciones límite o de difícil manejo.</li> </ul>
3	<b>Discreción</b>	Actitud proclive a salvaguardar información clasificada y a mantener una posición vigilante	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece formas de salvaguardar la información clasificada a su cargo.</li> <li>• Mantiene absoluta discreción en el manejo de información crítica.</li> <li>• Efectúa respaldos para preservar la información.</li> </ul>

		respecto a lo que se le confía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se asegura de compartir la información con los destinatarios previamente identificados.</li> <li>• Cumple con las normas y protocolos vinculados al trasiego de información.</li> </ul>
4	<b>Orientación al servicio</b>	Actitud y aptitud de comprender las necesidades de otros (clientes, compañeros, colaboradores), lo que traduce en apoyo decidido o que redunde en acciones efectivas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Está al tanto de las necesidades de los usuarios o clientes tanto internos como externos.</li> <li>• Sabe dar respuesta efectiva y oportuna a las necesidades de los usuarios o clientes tanto internos como externos.</li> <li>• Acomete acciones orientadas a mantener un efectivo acercamiento a sus clientes con fines de servicio.</li> <li>• Diseña formatos o esquemas que coadyuvan a la depuración del servicio a su cargo.</li> <li>• Es honesto e íntegro en la relación técnica profesional con sus clientes.</li> </ul>
5	<b>Responsabilidad</b>	Capacidad para asumir un sentido del deber a toda prueba y una propensión al cumplimiento de las responsabilidades que la organización le ha asignado, con total apego a los estándares de efectividad requerida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manifiesta un alto sentido del deber el cual expresa a través de un trabajo comprometido.</li> <li>• Cumple fielmente con las obligaciones en diversas situaciones y escenarios.</li> <li>• Tiene claro que las responsabilidades no son gravosas y que contribuyen a la misión del puesto y de la organización.</li> <li>• Cumple con las cuotas asignadas, los estándares fijados y con los diversos indicadores establecidos por la organización.</li> <li>• Se ausenta solo por motivos de fuerza mayor y hace lo posible para reponer el tiempo perdido.</li> </ul>
6	<b>Sentido de pertenencia</b>	Es la actitud del individuo a sentirse dueño de su propio proceso guiado por una convicción profunda de adherencia a la organización y sus objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se expresa permanentemente identificado con la misión y visión de la organización.</li> <li>• Promueve un adecuado ambiente de trabajo debido a su creencia de que la organización es parte integral y valiosa de su propia vida.</li> <li>• Demuestra lealtad a toda prueba hacia las directrices y lineamientos de la organización.</li> <li>• Busca que las acciones de trabajo estén correctamente alineadas a la estrategia de la organización.</li> <li>• Se compromete con los cambios y metas de alto rendimiento de manera inmediata.</li> </ul>

Figura 2 Manual de funciones de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD

**Nota:** Manual de funciones de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD. (Fuente: Elaboración propia).

### 3.1.1.5 Manual de Procedimientos

Manual de procedimientos específica, cada una de las actividades que debe desarrollar el gerente de comunicaciones, el comunicador social, el relacionista público y el diseñador gráfico en la oficina de comunicaciones de **PROENSALUD**.

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTO DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES</b>
<b>IDENTIFICACIÓN</b>	
<b>Dependencia:</b>	<b>OFICINA DE COMUNICACIONES.</b>

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Gerente de comunicaciones</b>
<b>Cargos que le reportan:</b>	<b>Director administrativo y financiero</b>
<b>N°</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>
1	Encargado de revisar que todas las funciones y procedimientos de la oficina se estén cumpliendo y desarrollando a tiempo. Debe mensualmente pasar informe al director administrativo y financiero del sindicato.
2	Elaborar en compañía de las diferentes áreas las campañas o propuestas para desarrollar cada evento del plan de bienestar laboral, solicitar cotizaciones de acuerdo al presupuesto y presentarlas a la Dirección Administrativa y Financiera.
3	Gestionar alianzas institucionales por medio de reuniones con las diferentes empresas que pueden brindarles un buen beneficio a los afiliados. Luego se deben mostrar y exponer a las directivas del sindicato para que sean aprobadas. Al ser aprobadas se debe informar a los afiliados por medio de la página web, en la sección “beneficios”, de la existencia de un nuevo este.
4	Diseñar, en compañía del área de talento humano, el plan de trabajo mensual de bienestar laboral. Con cada una de las actividades a realizar en el mes y el presupuesto que se va a necesitar, este plan de trabajo se debe exponer al director administrativo y financiero para su aprobación, luego de tener el consentimiento se debe ejecutar cada una de las actividades con tiempo de anticipación.

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Comunicador social</b>
<b>Cargos que le reportan:</b>	<b>Gerente de comunicaciones</b>
<b>N°</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>
1	Hacer partícipe de la logística de cada una de las actividades que se realiza en el sindicato con cada una de las siguientes responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir la tarjeta de invitación por los diferentes medios de comunicación interna.</li> <li>• Apoyar en el suministro de: obsequios, refrigerios, material informativo, etc.</li> <li>• Garantizar la asistencia de los invitados.</li> <li>• Tomar evidencias de la actividad (firmas, fotografías, videos).</li> <li>• Recolectar los registros de evidencia para su clasificación y archivo. (editar videos y fotografías, archivar registros de asistencia).</li> <li>• Publicar en las redes sociales de la institución, los resultados de las actividades. (con previa autorización de la Dirección).</li> </ul>
2	Mantener actualizado cada uno de los canales de comunicación con información del sindicato, ya sean noticias que son de interés general y deben ser notificados a los afiliados por la página web, periódico, redes sociales o correos corporativos.

3	Dominio de la página web, en esta se debe mantener actualizada la información como: noticias de salud, los beneficios adquiridos y documentación de interés general o interés individual. Para ingresar a la página web se debe tener un usuario y contraseña, que lo genera el área de sistemas a cada empleado.
4	Al iniciar la jornada se debe ingresar a los diferentes periódicos nacionales, en la sección de noticias de salud descargar cada una de las noticias, subir el link y la información de la página web del sindicato y compartirla en las redes sociales y así mantener informado a nuestro afiliado.
5	Mensualmente diseñar el periódico institucional, con información de actividades realizadas en el mes, fechas especiales y cumpleaños. Muchas de las noticias se adquieren por el trabajo de campo que se realiza en cada una de las clínicas con las que se tiene convenio. Las áreas de comunicaciones de cada una de las clínicas notifican al correo comunicaciones@proensaud.co cada una de las actividades que van a realizar en el mes para que el sindicato asista y haga sus respectivas publicaciones. Se cuenta con unas plantillas para la elaboración del periódico, que se localiza en la carpeta comunicaciones – Noti Proensa en el computador establecido en la oficina de comunicaciones.
6	Mantener actualizada día a día las redes sociales del sindicato (Facebook, Instagram y twitter), con cada una de las actividades que se realizan, con comunicados que se deben dar a conocer. Se debe trabajar de la mano con cada coordinador de cada área para saber el tipo de información que se necesita publicar. El diseño de los comunicados y demás material que vaya para las plataformas digitales debe ser revisada y aprobada por el director administrativo y financiero.
7	Diseñar propuestas o estrategias comunicativas para el mejoramiento de la imagen institucional. Como el mejoramiento del logo y logotipos, carnes y hoja membrete, firmas de correo, etc.
8	Cada viernes se debe realizar el boletín informativo, en la plantilla establecida y aprobada por el director administrativo y financiero, que se encuentra en la carpeta que lleva por nombre boletines en el computador de la oficina de comunicaciones. Estos boletines se publican en la cartelera informativa y lleva información de interés para el personal administrativo, también fechas especiales y cumpleaños.
9	Mantener actualizado el portafolio de servicio y gestionar nuevos convenios con hospitales y clínica a nivel nacional. En compañía del relacionista público gestionar nuevos convenios y dar a conocer los servicios que presta el sindicato a las clínicas y hospitales a nivel nacional.
10	Diseñar estrategias comunicativas para la fidelización de clientes, entidades contratantes, afiliados y demás grupos de interés. Esta actividad se debe realizar en compañía del relacionista público.

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Relacionista público</b>
<b>Cargos que le reportan:</b>	<b>Gerente de comunicaciones</b>
<b>N°</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>
1	Mantener actualizado el portafolio de servicio y gestionar nuevos convenios con hospitales y clínica a nivel nacional. En compañía del comunicador social gestionar nuevos convenios y dar a conocer los servicios que presta el sindicato a las clínicas y hospitales a nivel nacional.
2	Ser un apoyo para el comunicador social en el desarrollo de la estrategia comunicativa, que tiene con el fin de lograr la fidelización de clientes, entidades contratantes, afiliados y demás grupos de interés
3	Diseñar estrategias para promocionar la institución con el fin de adquirir más y nuevos contratos y fomentar su reconocimiento en el medio.

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Diseñador gráfico</b>
<b>Cargos que le reportan:</b>	<b>Gerente de comunicaciones</b>
<b>N°</b>	<b>PROCEDIMIENTO</b>
1	<p>Elaborar material publicitario para dar a conocer al personal las diferentes estrategias, cambios y campañas institucionales para su conocimiento e interiorización.</p> <p><i>Calidad: Normas documentales, plataforma estratégica, etc.</i></p> <p><i>Seguridad y Salud en el Trabajo: Autocuidado, semana de la salud, higienización de manos, accidentalidad, etc.</i></p> <p><i>Talento humano: Normas de convivencia, eventos, etc.</i></p> <p>Estos diseños se deben realizar en sus respectivos programas como: Adobe Illustrator y Corel Draw. Deben ser mostrados al gerente de comunicaciones y este se encargará de hacerlos llegar al director administrativo y financiero para su aprobación y así poderlos divulgar.</p>
2	<p>Diseñar las tarjetas de invitación para las diferentes actividades, fechas especiales y cumpleaños que se realizan en el mes, estas fechas son notificadas por bienestar. El encargado de divulgarlas a los afiliados y empleados, es el comunicador social por este motivo debe ser enviado a este.</p> <p>Al ser diseñado debe ser enviado al director administrativo y financiero para su aprobación.</p>
3	<p>Mantener actualizado el diseño del portafolio de servicio, cada vez sea solicitado por las directivas del sindicato.</p>

Figura 3 Manual de Procedimientos de la Oficina de Comunicaciones de PROENSALUD

**Nota:** Manual de procedimientos de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD. (Fuente: Elaboración propia).

### 3.1.1.6 Organigrama de la oficina de comunicaciones.

El organigrama de la oficina de comunicaciones de **PROENSALUD**, muestra específica cómo se encuentra estructurada. Enfocado en las comunicaciones institucionales como son la interna y externa y también las comunicaciones comerciales.

El recurso humano de esta oficina está establecido como encargado de la oficina el comunicador social, pero para trabajar mejor las comunicaciones comerciales se debe tener el apoyo de un relacionista público, que se encarga de ser una ayuda en el momento de obtener más contratos con las demás instituciones prestadora de salud.

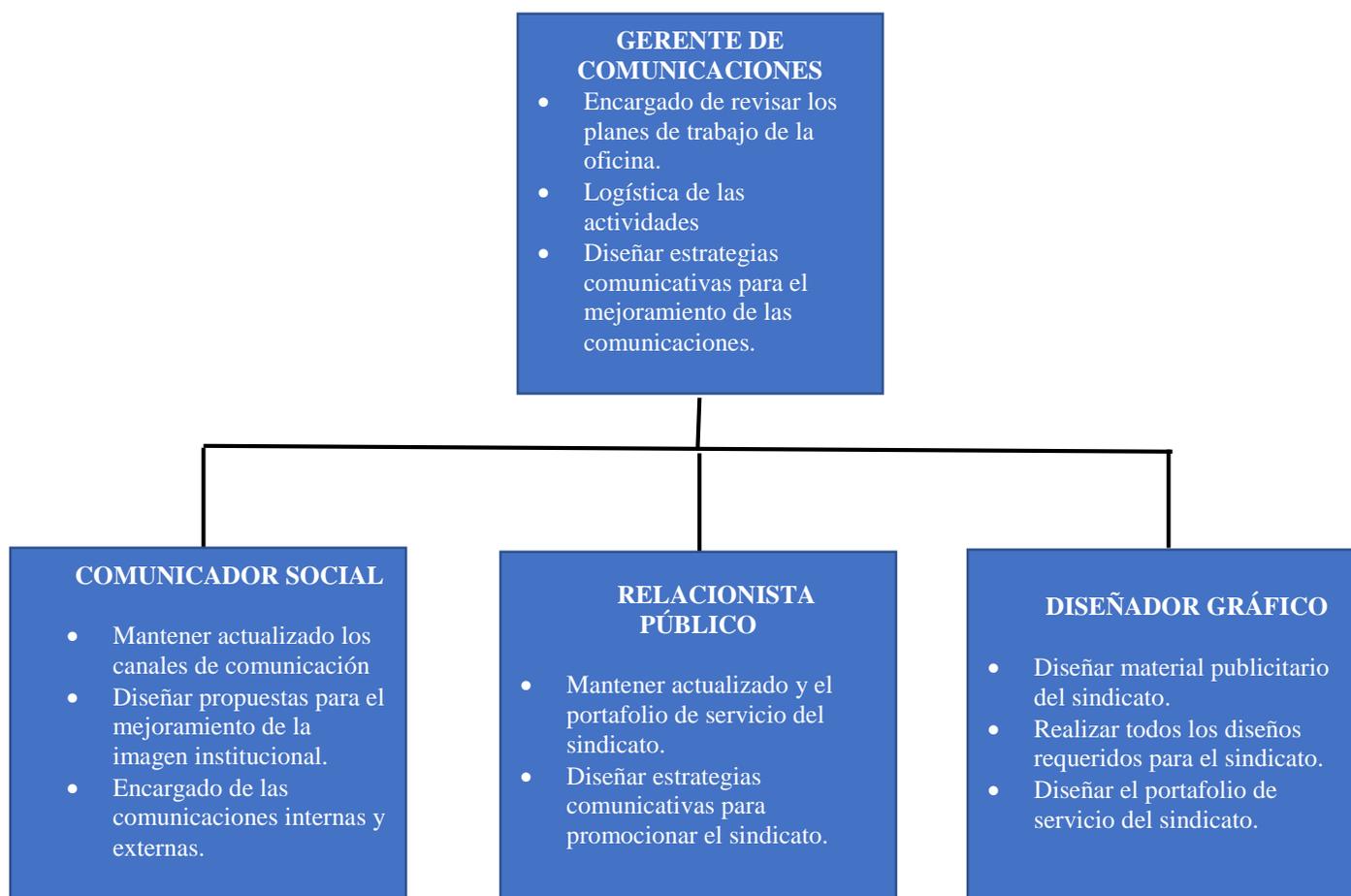


Figura 4 Organigrama de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD.

**Nota:** Organigrama de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD, Profesionales de Salud. (Fuente: Elaboración propia).

**3.1.2 Objetivo: Realizar el estudio técnico de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD.**

*3.1.2.1 Carta de Cotización del recurso humano y materiales tecnológicos*

Medellín. Marzo 26 de 2018

**Doctor.**

Pablo Cesar Pino Sabbagh.  
Director administrativo y financiero.

Cordial saludo.

Con el fin de crear la oficina de comunicaciones de PROENSALUD, se solicita los siguientes equipos tecnológicos como: cámara fotográfica, grabadora de voz, cartelera informativa y materiales de papelería (Clips, engrampadoras, resaltadores, carpetas, archivos, tijeras, sobres, etc.) y el recurso humano, que en este caso sería un comunicador social para que ejerza las funciones que serán establecidas en el manual de funciones del área de comunicaciones.

Quedo atenta a su respuesta.

Atentamente;

María Fernanda Prada Criado  
Pasante Comunicadora social



Producto	Marca y características	Valor
	Cámara Canon Fotográfica Powershot Sx420. 20 Mpx 42x Wifi Averiguado en Mercado libre	\$947.900
	Cámara Nikon Semiprofesional B500 Video Full HD Pantalla LCD Inclinable 16 Mpx Averiguado en Mercado Libre	\$829.900
	Cámara digital Olympus Sp620uz 16 Mpx Con Zoom Óptico De 21 Averiguado en Mercado Libre	\$976.900
	Grabador Sony De Voz Digital Con USB Integrado Averiguado por Mercado Libre	\$229.900
	Cartelera Tablero Marco Madera Sello Ambiental Pizarra Board	\$135.900



Figura 5 (2018). Recibido de la cotización. (Elaboración Propia).



Figura 6 2018). Recibido de la cotización. (Elaboración Propia).

## Materiales de la oficina de comunicaciones



Fotografía 1 Equipos tecnológicos de trabajo de la oficina de comunicaciones. (Elaboración propia).

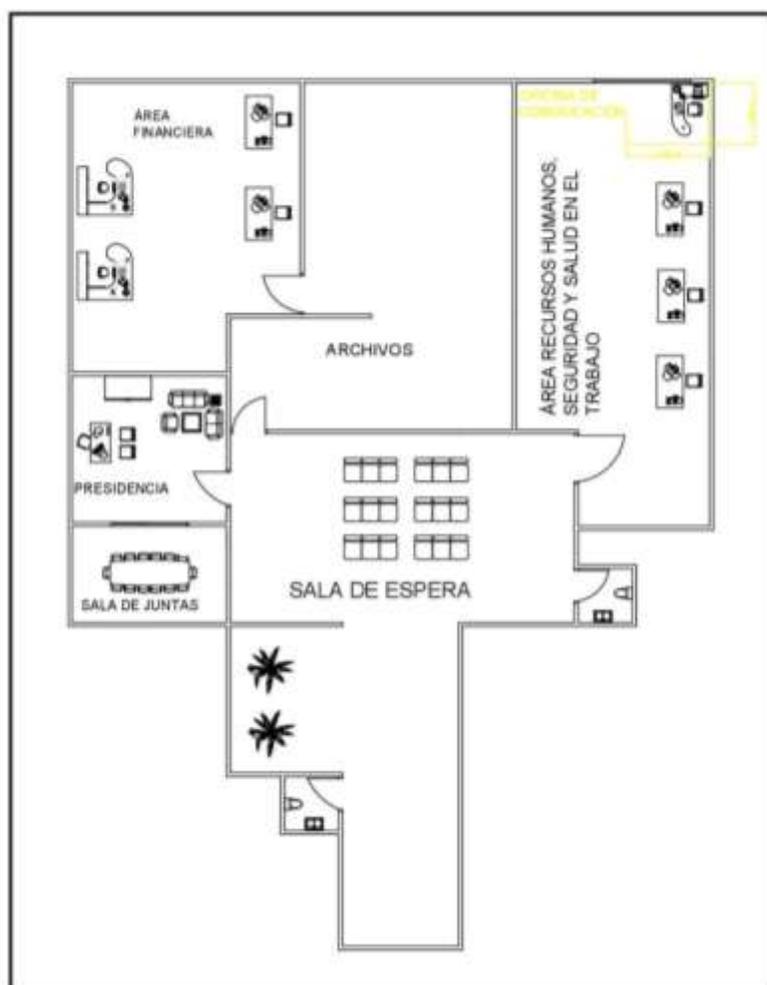


Fotografía 2 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).

### 3.1.2.2 Plano del ubicación de la oficina de comunicaciones.

Se diseñó el plano general de **PROENSALUD** ya que no existía, para poder así dar la ubicación exacta de donde quedo establecida la oficina de comunicaciones.

El plano fue realizado por el Ingeniero Juan Sebastián Villamizar, que por medio de un trabajo de medición y análisis puedo realizar dicho plano. Fue establecida en área de recursos humanos ya que esta oficina está bajo la coordinación de dicha área.



*Figura 7 Definición de la ubicación física del área de comunicaciones. Diseño: Ing. Juan Sebastián Villamizar.*

**3.1.3 Objetivo: Diseñar una estrategia comunicativa para el mejoramiento de los procesos internos y externos de PRONSALUD.**

## **PLAN DE TRABAJO DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA.**

### **Oficina de Comunicaciones**

#### **Introducción**

En este plan de trabajo se dará a conocer la manera como se va a realizar la estrategia comunicativa para mejorar cada uno de los procesos internos y externos de **PROENSALUD, Profesionales en Salud.**

Dicha estrategia contara con unas actividades, como los canales de comunicación, el diseño del periódico institucional, la creación de los boletines de prensa y el portafolio de servicio del sindicato.

Con esto se busca mitigar las problemáticas que tiene el sindicato por la ausencia de la oficina de comunicaciones.

#### **Objetivo de la estrategia comunicacional**

Mejorar los procesos de comunicación internos y externos del sindicato **PROENSALUD, Profesionales en salud.**

Tabla 4 Cuadro de Actividades a realizar mes a mes

MESES	2018																
	MARZO			ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO	
ACTIVIDADES	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Crear el boletín informativo para la empresa y afiliados.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseñar el periódico institucional.			X				X				X				X		X
Implementar los canales de comunicación de la empresa y los medios que se utilizarán en los mismos (página web, redes sociales y correos corporativos).			X														
Diseño del portafolio de servicio.										X	X	X	X				

## Ejecución de las actividades

### 3.1.3.1 Boletines Informativos

Los boletines informativos fueron creados para mantener actualizados a los empleados con cada una de las actividades realizadas o a realizarse. En este se establecía informaciones como las fechas especiales, noticias del sindicato, cumpleaños de los empleados, noticias de salud e información de interés general. Se publicada cada viernes.

Para obtener las informaciones que iban a ser publicadas en dicho boletín, se debía realizar un trabajo de campo no solo en la sede administrativa, si no en cada una de las clínicas y hospitales donde se obtenía la información. En muchas de estas clínicas se contaba con la colaboración de sus respectivas áreas de comunicaciones quienes estas se encargaban de informar y programar cada una de las actividades que se realizaban mes a mes y el sindicato debía ser participe en estas.



Figura 8 Boletines informativos del mes de marzo



Figura 9 Boletines informativos del mes de junio



Figura 10 Boletines informativos mes de abril



Figura 11 Boletines informativos mes de mayo



Figura 12 Boletines informativos del mes de julio

### 3.1.3.2 Periódico Institucional

En el periódico institucional se publica todas las noticias del sindicato que se deben dar a conocer a todos los afiliados y empleados. También hace parte de su contenido los cumpleaños del mes y las fechas especiales.

Para obtener las informaciones que iban a ser publicadas, se debía realizar un trabajo de campo y entrevistas, que no solo se adquirían en la sede administrativa, si no en cada una de las clínicas y hospitales donde se obtenía la información. En muchas de estas clínicas se contaba con la colaboración de sus respectivas áreas de comunicaciones quienes estas se encargaban de informar y programar cada una de las actividades que se realizaban mes a mes y el sindicato debía ser participe en estas.

El periódico se maneja de manera virtual ya que el sindicato actualmente cuenta con la certificación de la Huella de Carbono por parte de Fenalco Solidaria, que por medio de esta acreditación busca ser un sindicato socialmente responsable.



Figura 13 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de marzo. Recuperado de: [https://issuu.com/proensalud/docs/per\\_odico](https://issuu.com/proensalud/docs/per_odico)



Figura 14 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de abril. Recuperado de: <https://issuu.com/proensalud/docs/periodico.docx>



Figura 15 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de mayo. Recuperado de: [https://issuu.com/proensalud/docs/periodico\\_ff7dc96bce294c](https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_ff7dc96bce294c)



Figura 16 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de junio. Recuperado de: [https://issuu.com/proensalud/docs/periodico\\_f2ee259e99fa49](https://issuu.com/proensalud/docs/periodico_f2ee259e99fa49)



Figura 17 Fuente: Elaboración propia. (2018). Periódico del mes de julio. Recuperado de: <https://issuu.com/proensalud/docs/periodico>

### ***3.1.3.3 Canales de Comunicación***

Con la creación de los canales de comunicación como lo son los correos corporativos, redes sociales y la actualización de la página web. Se mejoró las comunicaciones entre afiliados y personal administrativo. Facilito los procesos para el envío y solicitud de algún archivo, ya que ahora no se debe realizar por tramites muy extensos y son enviados de manera inmediata al solicitante.

En este también son publicadas cada una de las actividades que se realizan día a día o de las que se van a realizar y los comunicados que son de interés general.

Para la recolección de documentos se realiza trabajo de campo y se asiste a cada uno de las actividades que realizan las regionales con las cuales se tiene convenio.



Figura 18 Fuente: Elaboración propia. (2018). Twitter de PROENSALUD. Recuperado de: <https://twitter.com/PROENSALUD>

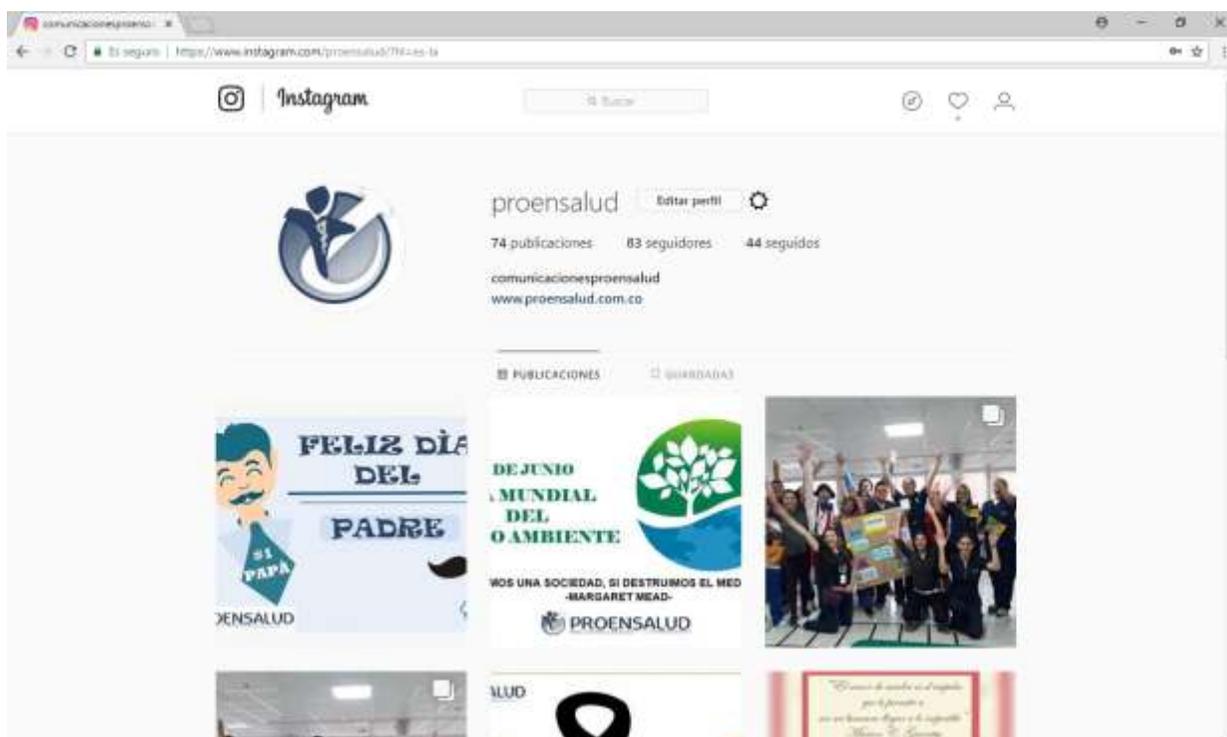


Figura 19 Fuente: Elaboración propia. (2018). Instagram de PROENSALUD. Recuperado de: <https://www.instagram.com/proensalud/?hl=es-la>

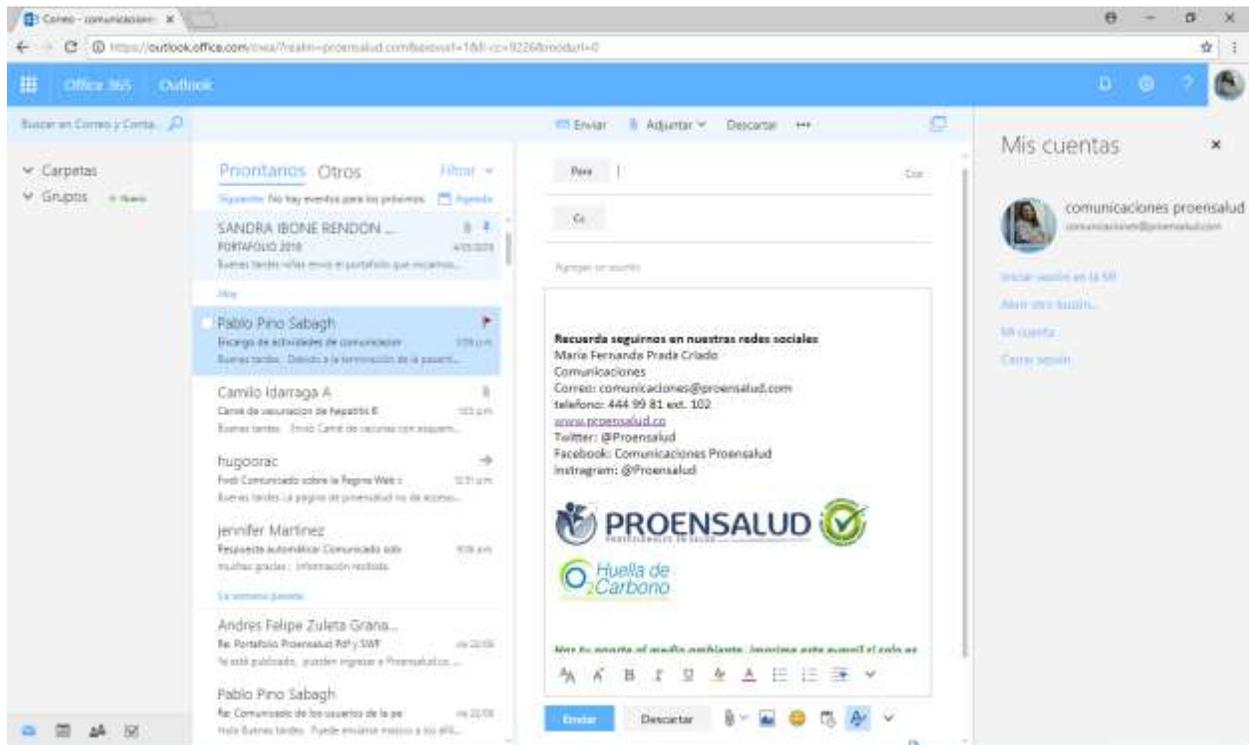


Figura 20 Fuente: Elaboración propia. (2018). Correos corporativos de PROENSALUD.



Figura 21 Fuente: Ing. Andrés Zuleta. (2018). Página web de PROENSALUD. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/>

### 3.1.3.4 Portafolio de Servicio.

Por la falta de una herramienta que fuera útil en el momento de exponer los servicios que ofrece el sindicato, se dio a la creación de un portafolio de servicio donde se contó con la participación de algunos afiliados para las fotografías que fueron utilizadas y estas fueron realizadas por un fotógrafo profesional. Las locaciones seleccionadas para las fotografías fue una de las clínicas y un centro de rehabilitación.

El contenido se obtuvo de los archivos que se encontraban en la papelería de **PROENSALUD**. Pero algunos textos fueron redactados por medio de información obtenida por entrevistas al director administrativo y los coordinadores de cada área, ya que se desconocía de la información.



Figura 22 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio.  
Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>

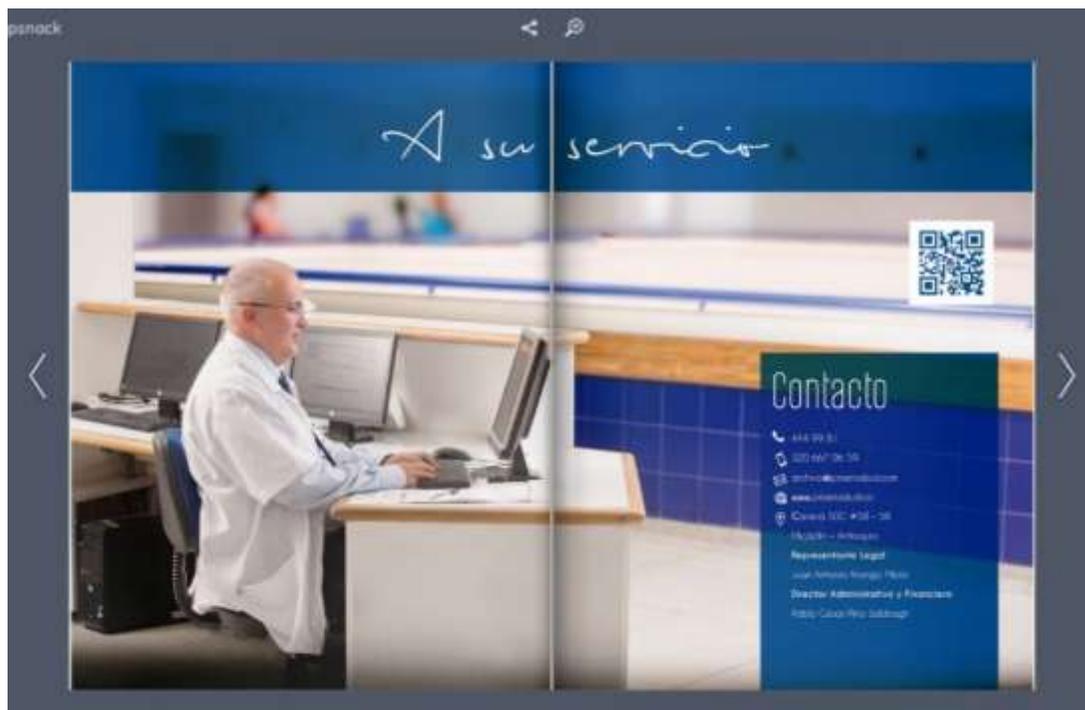


Figura 23 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 24 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 25 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>

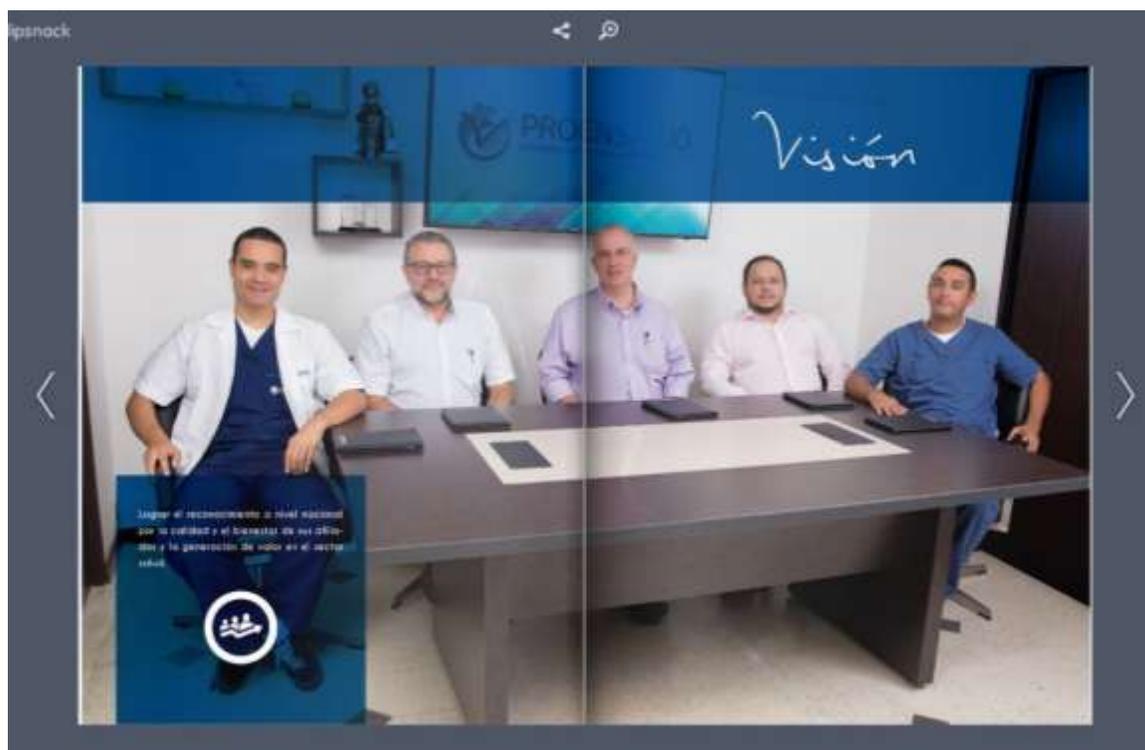


Figura 26 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 27 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 28 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 29 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 30 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>

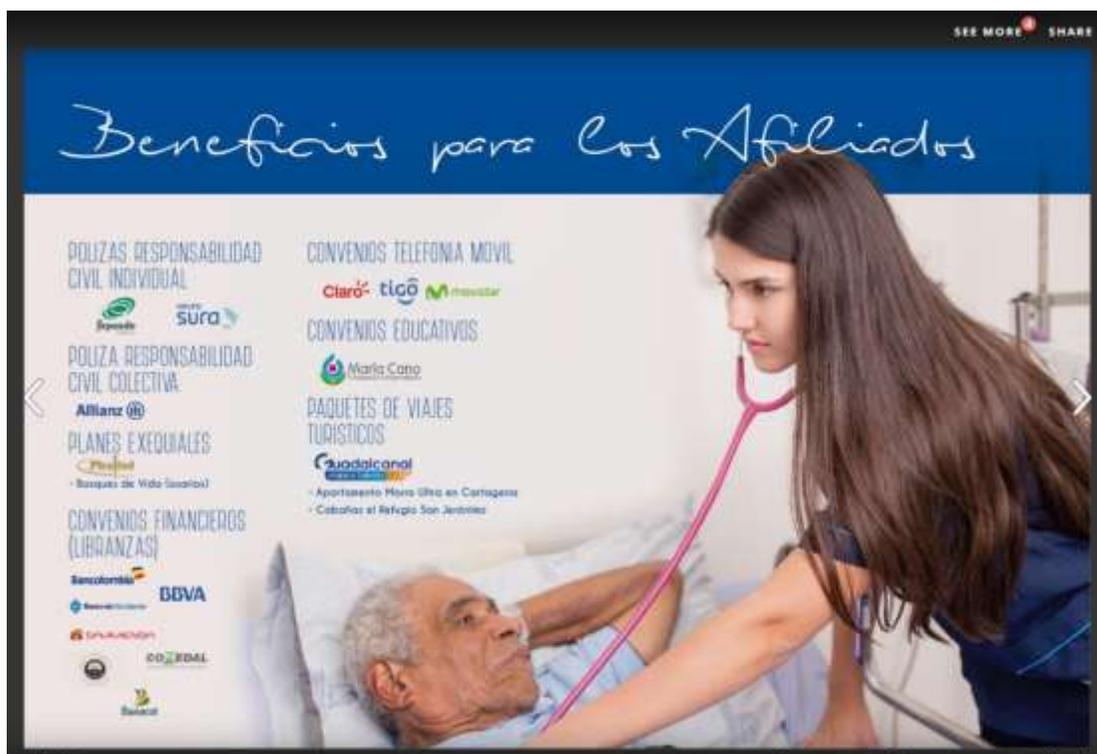


Figura 31 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>



Figura 32 Fuente: Elaboración propia. (2018). Portafolio de servicio. Recuperado de: <http://www.proensalud.co/HomePage/PagePortafolio>

### Lista de Fotografías de evidencia.



Fotografía 3 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia).



Fotografía 4 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia).



Fotografía 5 (2018). La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia).



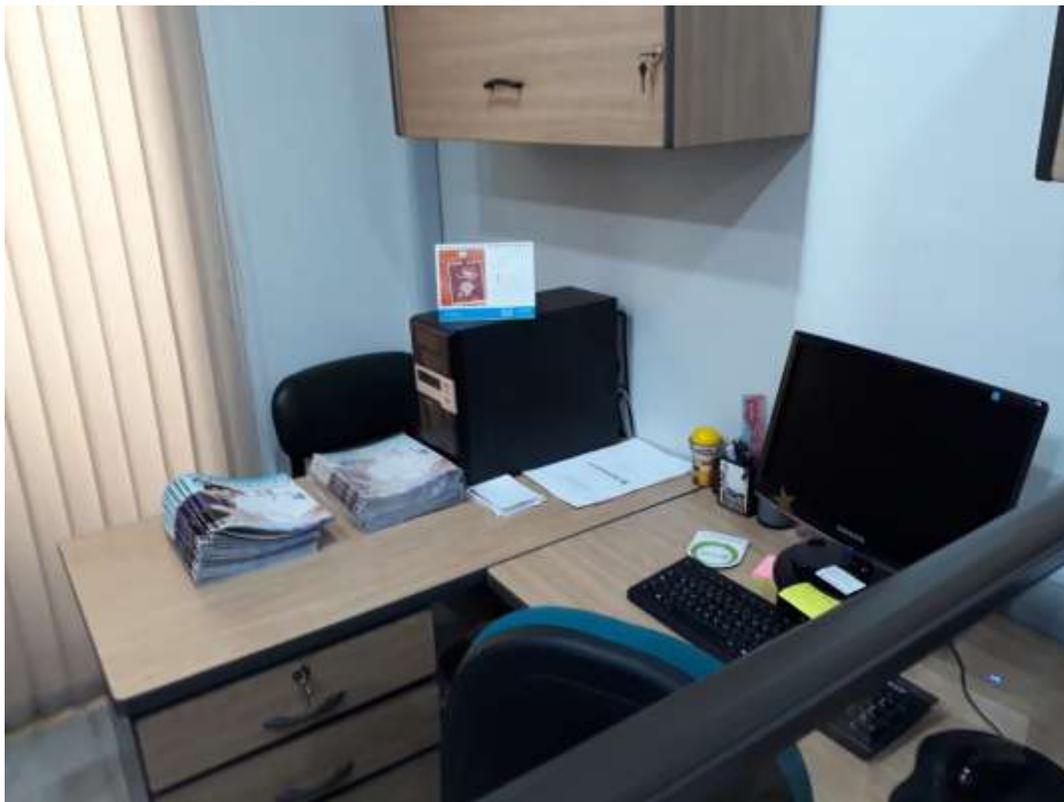
Fotografía 6 La oficina antes de ejecutar el objetivo general. (Elaboración Propia).



Fotografía 8 (2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).



Fotografía 7 (2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).



Fotografía 9 (2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).



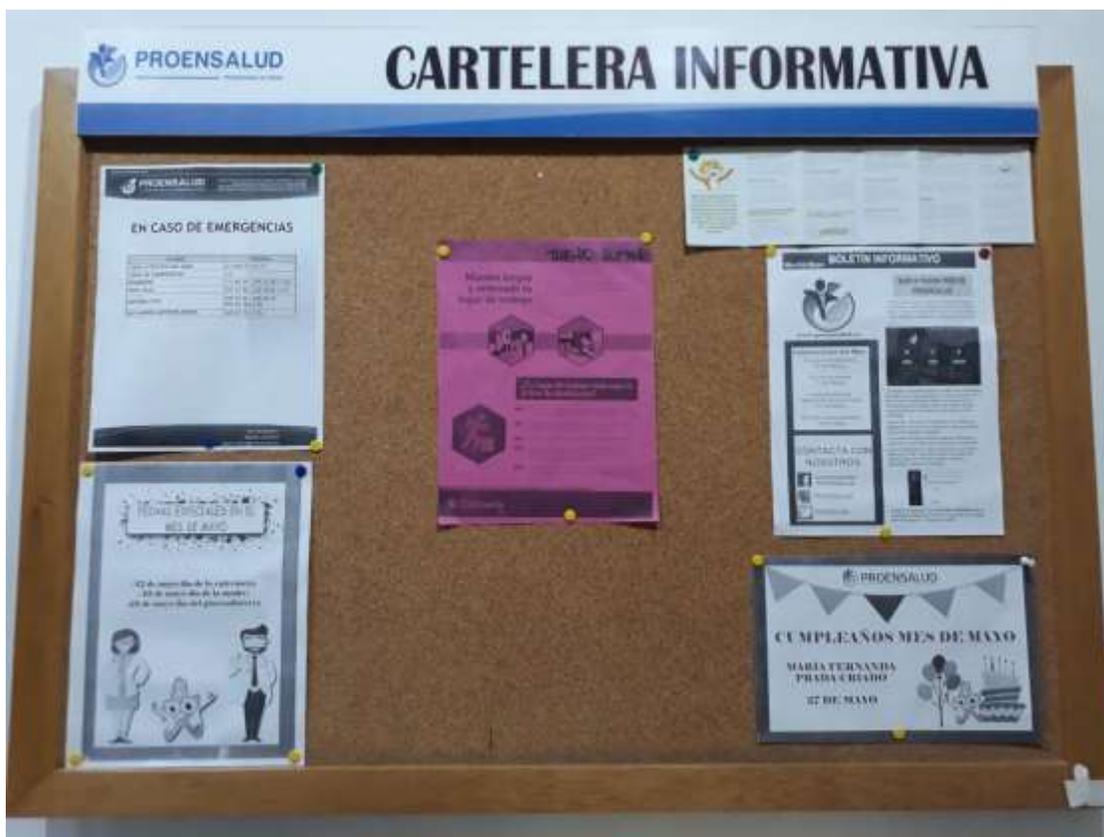
Fotografía 10 .(2018). Oficina de comunicaciones de PROENSALUD establecida. (Elaboración propia).



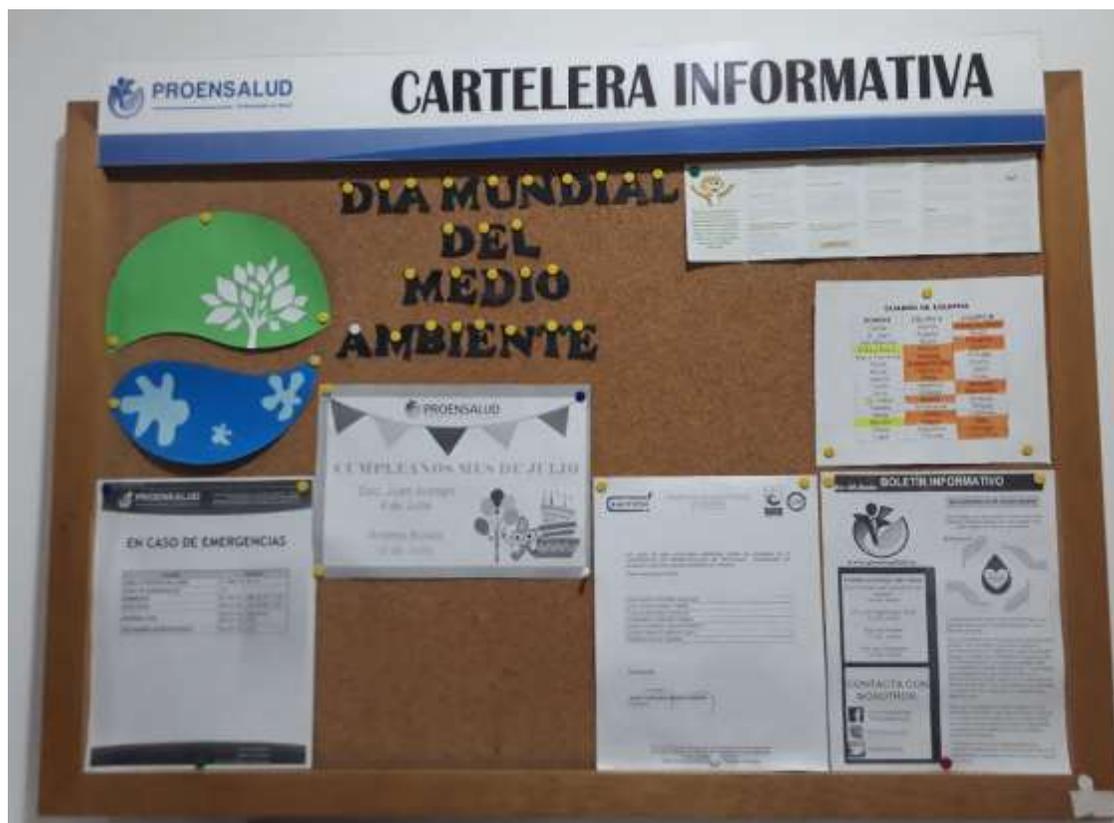
Fotografía 11 Equipos tecnológicos de trabajo de la oficina de comunicaciones. (Elaboración propia).



Fotografía 12 (2018). Portafolio de servicio PROENSALUD. (Elaboración propia).



Fotografía 13 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).



Fotografía 14 (2018). Cartelera Informativa PROENSALUD. (Elaboración Propia).

## Capítulo 4. Diagnóstico Final

Por medio de la realización de una encuesta a los afiliados y administrativos se evidencio en los resultados obtenidos, la importancia de crear de la oficina de comunicaciones en **PROENSALUD**, para mejorar las comunicaciones internas y externas del sindicato.



Figura 33 (2018). Encuesta realizada para ver la necesidad de la oficina de comunicaciones. (Elaboración Propia).

Con la actualización de la plataforma digital como la página web, cada uno de los afiliados puede solicitar cualquier información que necesitan o pueden descargar documentos personales como: por ejemplo, las colillas de pago, donde cada afiliado y empleado cuenta con un usuario y contraseña para hacer privado el uso de este tipo de archivo.

Las redes sociales y los correos corporativos ayudan a que las comunicaciones sean más eficientes, donde se hacen comunicados para todas las personas no solo para los afiliados y empleados que conforman el sindicato **PROENSALUD**. También se utilizan para informar de cada actividad que se realiza en cada una de las clínicas con las que se tiene convenio a nivel local y nacional.

Con la creación del periódico institucional, los boletines informativos y la cartelera informativa, facilitaron la manera de mantener actualizados a cada uno de los afiliados, empleados y personas externas, sobre cualquier acontecimiento que suceda en el sindicato y sobre cada una de las actividades que se realizan mes a mes (en el periódico) y semanal mente (el boletín que es publicado cada viernes en la cartelera informativa), y de los acontecimientos que de interés general y debe darse a conocer.

La empresa busca crecer localmente, nacionalmente e internacionalmente, lograr nuevos contratos con clínicas, hospitales y las diferentes empresas de salud. Por eso el portafolio de servicio es una herramienta muy importante en el tema de mercadeo, ya que se da a conocer los servicios que ofrece y así poder crecer en el mercado.

Con la conformación de la oficina, se mejoró las comunicaciones, para cada uno de los empleados y los afiliados que son el factor principal y primordial del sindicato.

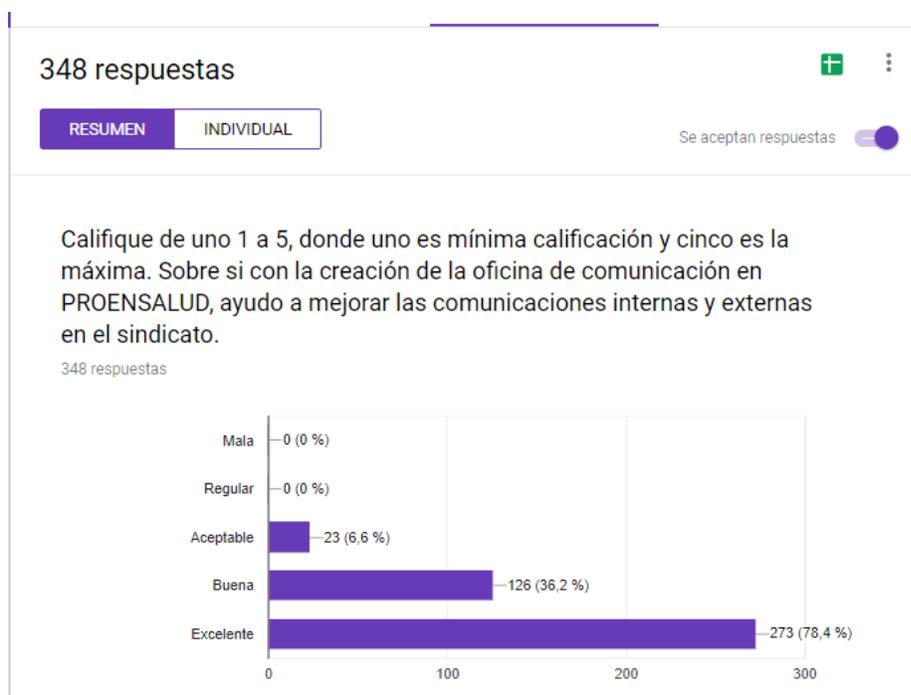


Figura 34 (2018). Calificación por parte de los afiliados y empleados de PROENSALUD de la oficina de comunicaciones. Elaboración propia.

Con la realización de esta encuesta se demuestra la conformidad y la buena aceptación de la creación de la oficina de comunicaciones, por parte de los afiliados y los empleados de la parte administrativa, ya que se mejoraron las comunicaciones externas. A diferencia las comunicaciones internas que aún se trabaja en estas ya que el clima organizaciones y los conflictos entre los empleados no se ha podido mitigar a pesar de la realización de coaching y actividades grupales, de la mano con bienestar y la oficina de comunicaciones se seguirá trabajando en este tema.

## Capítulo 5. Conclusiones

Con este proyecto se dieron a conocer las necesidades que llevaron a la creación de la oficina de comunicaciones de **PROENSALUD**, al desarrollo de este se fortalecieron los procesos de comunicación en el sindicato, pero por la falta de participación y compromiso de los afiliados y personal administrativo la comunicación interna no ha tenido la mejoría de los conflictos que se esperaba en la ejecución del proyecto.

Con el desarrollo del objetivo general del proyecto, las comunicaciones en el **PROENSALUD**, actualmente son muy prácticas para los empleados y afiliados que conforman el sindicato, ya que mejoraron las relaciones entre ellos.

La estrategia comunicativa fue una de las herramientas primordiales para el mejoramiento, de las comunicaciones y el acompañamiento de cada una de las áreas del sindicato en el momento de ejecutar cada una de las actividades establecidas en los planes de trabajo.

## Recomendaciones

Fortalecer la oficina de comunicaciones, en los planes de trabajo que se realizan mes a mes, y así poder mejorar el desarrollo de cada una de las actividades establecidas en el manual de funciones.

Establecer un plan de trabajo y matriz de presupuesto para ejecutar las actividades pertinentes de la oficina.

Enlazar los procesos de sistemas y comunicaciones para hacerlos más eficientes en temas de divulgación de información.

Fortalecer la oficina de comunicaciones en actividades de diseño, por medio de la instalación de programas como Photoshop, Adobe Illustrator y Corel Draw, que permitan el desarrollo de las actividades propias. Contratar un diseñador gráfico que se encarga de todas las actividades de diseño que se presentan en **PROENSALUD**.

Formulación de indicadores de cumplimiento del plan de trabajo de acuerdo al resultado.

## Referencias

- Andrade, H. (2010). *Comunicación Organizacional Interna, Proceso, Disciplina, Técnica*. Madrid.
- Berna. (2013). *Manual de la comunicaciòn externa*. Suiza: Departamento Federal de Asuntos Exteriores DFAE .
- EHB, E. H. (2010). *Comunicación Empresarial - Una guía para Directivos*. Bilbao: Deusto.
- Fernandez, J. (2012). *Fundamento de la Organización de Empresas, Breve historria del Managment*. Madrid.
- Javier., G. F. (2000). *Comunicación Estratégica: Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI*. Barcelona: Gestión.
- LIBAERT. (2000). *Thierry en: El plan de comunicación organizacional: Cómo definir y organizar la esrategia de comunicación* . LIMUSA.
- Manual de la comunicación externa*. (2013). Suiza: Departamento Federal de Asuntos Exteriores DFAE.
- Ochoa, A. M. (2014). *Creación y puesta en funcionamiento del deprtmento de comunicaciones de la asamblea departamental de Bolivar*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- OCKRENT. (2000). *Isabelle prólogo de: LIBAERT, Theirry en: El plan de comunicación organizaional: Cómo definir y organizar la estrategia de comunicación*. LIMUSA.
- Valencia, L. T. (2018). *Direccionamiento Estratégico*. Medellín.
- Valencia, L. T. (2018). *Direccionamiento Estratégico* . Medellín.

# Apéndice

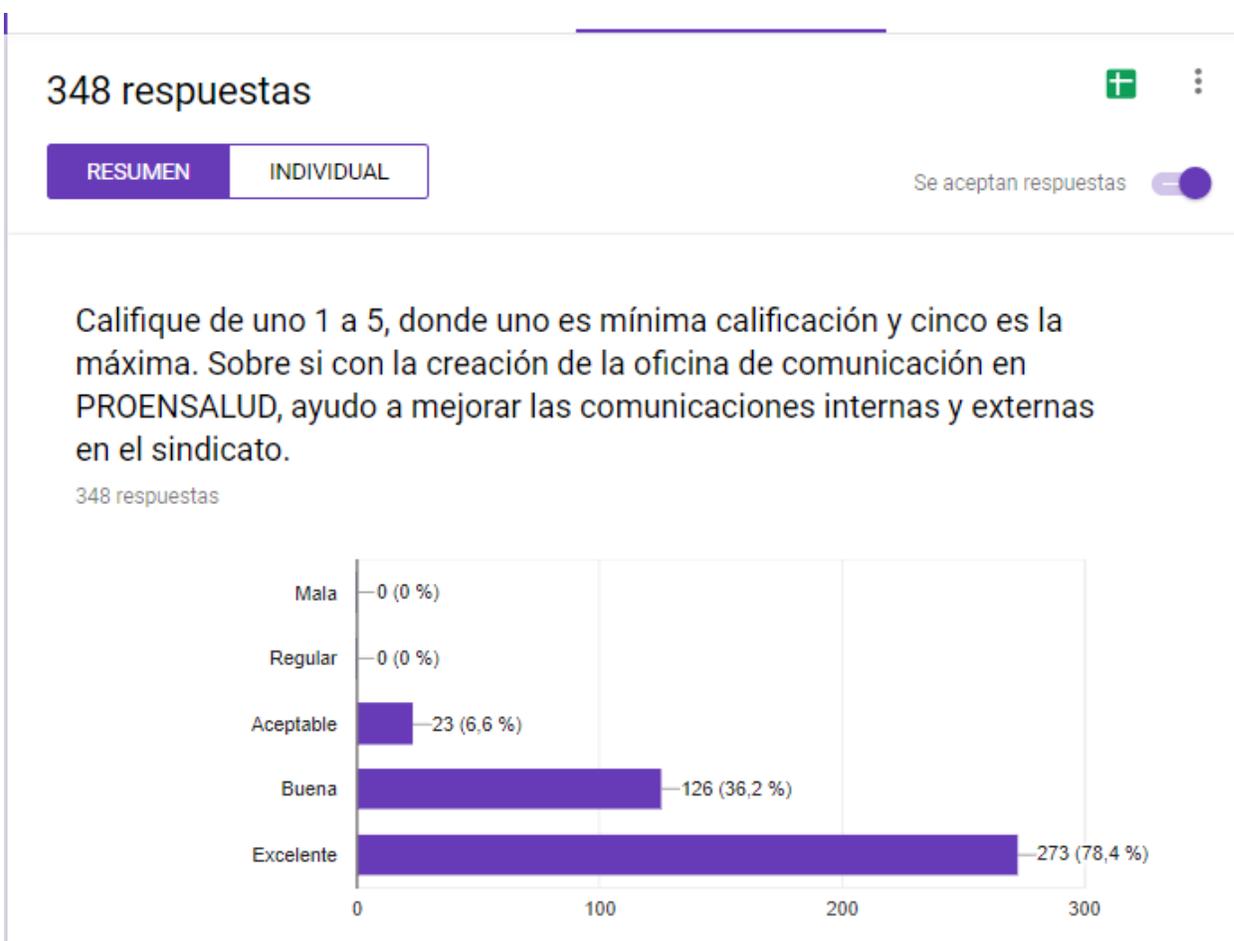


Figura 35 (2018). Calificación de la creación de la oficina de comunicaciones de PROENSALUD. Elaboración propia.



Figura 36 (2018). Encuesta sobre la creación de la oficina de comunicaciones PROENSALUD. Elaboración propia.



Sede Principal: Carrera 50C # 58 - 58 Oficina 106 Medellín - Colombia  
Teléfono: 444 99 81 E-mail: archivo@proensalud.com

[www.proensalud.com.co](http://www.proensalud.com.co)

Figura 37 (2018). Hoja membrete de PROENSALUD. Elaboración propia.