	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(63)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	NIXON RICARDO SARABIA RUEDA		
FACULTAD	EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	MANUEL ADFANDO IBÁÑEZ DURÁN		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LA ENTIDAD DR PROSALUD I.P.S S.A.S CON BASES INVESTIGATIVAS EN LOS PROCESOS Y SERVICIOS QUE SE PRESTA A LA COMUNIDAD EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN			
(70 palabras aproximadamente)			
<p>EL PRESENTE PLAN DE TRABAJO CONTIENE INFORMACION DEL DESARROLLO DE UNA INVESTIGACION REALIZADA A LOS PROCESOS Y SERVICIOS DE SALUD QUE SE LE PRESTA A LA COMUNIDAD DE OCAÑA, ACCIONES EJECUTADAS BAJO LA MODALIDAD DE PASANTIAS EN LA ENTIDAD DR PROSALUD I.P.S. S.A.S, CON EL FIN DE APORTAR AL POSICIONAMIENTO DE LA IMAGEN, AFIANZAR EL ESTILO Y LOS COMPONENTES CARACTERISTICOS DE LA ENTIDAD, CONTRIBUYENDO AL ALCANCE DE LA MISION EMPRESARIAL.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 63	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



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

DISEÑO DE UNA REVISTA PARA LA ENTIDAD DR PROSALUD I.P.S S.A.S CON
BASES INVESTIGATIVAS EN LOS PROCESOS Y SERVICIOS QUE SE PRESTA A LA
COMUNIDAD EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.

Autor

NIXON RICARDO SARABIA RUEDA

*Trabajo de grado presentado como requisito para optar el título de
comunicador social.*

Director (a)

MANUEL ADFANDO IBÁÑEZ DURÁN

Profesional en Diseño Gráfico

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Índice

Resumen.....	x
Introducción	xi
Capítulo 1. Diseño de una revista para la Entidad DR Prosalud I.P.S S.A.S con bases investigativas en los procesos y servicios que se presta a la comunidad.....	1
1.1 Descripción breve de la empresa.....	1
1.1.1 Misión	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa	3
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.	4
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	5
1.2.1 Planteamiento del problema.....	6
1.3 Objetivos	7
1.3.1 Objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos	7
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa	8
1.5 Justificación.....	9
Capítulo 2. Enfoques referenciales	11
2.1 Enfoque contextual.....	11

2.2 Enfoque conceptual	12
2.3 Enfoque teórico	14
2.4 Enfoque legal.....	17
Capítulo 3. Presentación de resultados	21
3.1 Objetivo específico 1.....	21
3.2 Objetivo específico 2.....	25
3.3 Objetivo específico 3.....	28
3.4 Logros.....	39
Capítulo 4. Conclusiones	41
Capítulo 5. Recomendaciones.....	42
Referencias.....	43
Apéndices.....	45

Tabla de figuras

Figura 1. Estructura organizacional Dr. Prosalud.	4
Figura 2. Portada y contenido Fundación revista DR Prosalud.	30
Figura 3. Página 1 y 2 Fundación revista DR Prosalud.	31
Figura 4. Página 3 y 4 Fundación revista DR Prosalud.	32
Figura 5. Página 5 y 6 Fundación revista DR Prosalud.	33
Figura 6. Página 7 y 8 Fundación revista DR Prosalud.	34
Figura 7. Página 9 y 10 Fundación revista DR Prosalud.	35
Figura 8. Página 11 y 12 Fundación revista DR Prosalud.	36
Figura 9. Página 13 y 14 Fundación revista DR Prosalud.	37
Figura 10. Caratula final Fundación revista DR Prosalud.	38

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	5
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa	8

Lista de apéndice

Apéndice A. Reunión con todo el equipo de trabajo.	46
Apéndice B. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.	47
Apéndice C. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.	48
Apéndice D. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.	49
Apéndice E. Video informativo en la página web de la I.P.S.	50
Apéndice F. Punto de atención de la I.P.S.	51
Apéndice G. Trabajando en pro de la I.P.S.	52

Resumen

La comunicación y sus medios con el paso del tiempo se han convertido en parte fundamentales del funcionamiento de las organizaciones y en esencia de la vida social, evidenciado con la necesidad de intercambio comunicativo que lo ha caracterizado desde su presencia en el planeta. Partiendo de la anterior concepción y en pos de desarrollar las habilidades comunicativas y de diseño adquiridas a lo largo de la carrera, se propone una visión reformada del ofrecimiento y visibilidad de la entidad Dr Prosalud, esto por el medio del desarrollo y creación de una revista que logre contener los avances y evoluciones investigativas de la entidad.

La comunicación en las organizaciones y en especial en el campo de la salud juega un papel preponderante, ya que esta es la herramienta o eje transversal tanto entre los integrantes de la entidad como el contacto con el público, al saber el impacto que puede generar este componente se aprovecha el juego de cada trabajo y actualización de la I.P.S Dr Prosalud y plasmarla en una revista que logre dotar de significado e identificación los aportes y procesos que desarrolla, que apunta a la mejora y calidad continua de sus servicios, expansión y posicionamiento de la misma.

Introducción

El presente documento contiene la información del desarrollo de la investigación realizada durante la modalidad de grado en la entidad Dr. Prosalud I.P.S. S.A.S, el objetivo central que busca dar como resultado el diseño de una revista con bases investigativas en los procesos y servicios que presta la organización a la comunidad ocañera, en el desarrollo del documento se busca evidenciar las características claves que se lograron identificar de la I.P.S. siendo estas el primer acercamiento y parte del reconocimiento que permite entender sus bases de manejo.

La comunicación manejada en el campo de la salud presenta una gran peculiaridad en el tratamiento que emplean al momento de la difusión de su información y principalmente la manera que integran a la comunidad por medio de los servicios que ofrece, ya que tiene la posibilidad de no solo trabajar directamente con el usuario sino también entre otras entidades, haciendo que se trabaje de manera ardua en el posicionamiento de su marca, la mejora de sus servicios, la codificación y tratamiento de datos y los aportes que esta genera por medio de su investigación científica.

Con el diseño de la revista que puede ser manejada de manera virtual o material, se pretende aportar al posicionamiento de la imagen que tiene actualmente la entidad, afianzar el estilo y componentes característicos, además de tener un medio que sea una venta para mayor crecimiento y alcance de su misión.

Capítulo 1. Diseño de una revista para la Entidad DR Prosalud I.P.S S.A.S con bases investigativas en los procesos y servicios que se presta a la comunidad

1.1 Descripción breve de la empresa

Dr Prosalud es fundado el 28 de mayo del año 2012 por iniciativa de los doctores Luis Carlos Téllez Quintero y el doctor Dorian Enrique Rivera cuya idea surgió realizando una especialización en gerencia en Alta gerencia a los cuales se les pedía un proyecto que era la realización de una empresa, dicha empresa fue creada para la prestación de servicios de salud a toda la comunidad con el fin de suplir las necesidades de atención médica.

Esta entidad inicia con la bilis habilitación de los servicios de medicina general odontología laboratorio clínico y farmacia.

Alrededor del año 2014 se ve la necesidad de implementar nuevos servicios que permitan la competencia Para estar en la vanguardia de los servicios de salud, dado esta necesidad Se comparte esta idea con el señor Luis Alfredo Jiménez quien decide hacer parte de esta sociedad y ayudar en la implementación y habilitación del nuevo servicio de imagenología y ayudas diagnósticas.

Desde su fundación doctor pro salud ha contado con una serie de contratos, La actualidad Tiene la prestación de sus servicios dirigidos a una de las entidades prestigiosas de salud de la de

todo el territorio nacional como es la nueva IPS, y del cual es líder en programas como promoción y prevención a nivel nacional, Brindando un excelente servicio y satisfaciendo la necesidad de sus usuarios.

Al contar con dicho contrato ha tenido la necesidad de habilitar nuevos servicios como son: ginecología obstétrica consulta especializada en medicina interna nutrición psicología programas de prevención, promoción y Pediatría.

1.1.1 Misión

Somos una IPS con mayor proyección y cobertura para la población en general, comprometidos con el bienestar de las familias mediante la prestación de servicios de alta calidad, generando relaciones trascendentales y perdurables. Nuestra experiencia nos permite un rápido y fácil afrontamiento de las necesidades de la población con conciencia y ánimo social. (DR PROSALUD IPS S.A.S, 2020)

1.1.2 Visión

Ser una empresa con equidad, que en los años venideros logremos el liderazgo que nos permita crecer bajo los pilares de la honestidad, respeto y solidaridad, causando un mayor impacto en la población, ofreciendo y manteniendo servicios con excelencia. (DR PROSALUD IPS S.A.S, 2020)

1.1.3 Objetivos de la empresa

Desarrollar acciones de seguimiento y control que contribuyan a mantener el mejoramiento continuo de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo logrando la satisfacción de nuestros usuarios y clientes.

Brindar atención oportuna, segura y humanizada al paciente, comprometidos con mejorar se estado de salud involucrando a su familia, cuidadores y su entorno como parte integral de la atención.

Fortalecer y mantener la imagen corporativa como empresa socialmente responsable.

Incrementar las estrategias para la promoción de la vida y la educación en salud de nuestros usuarios, que permitan modificar los estilos de vida y contribuir una cultura de salud.

Mejorar la conservación de la salud individual y colectiva, desde las diferentes etapas del ciclo vital humano, teniendo en cuenta un contexto ambiental, biológico y socio cultural de la población. (DR PROSALUD IPS S.A.S, 2020)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

La institución prestadora de salud Dr. Prosalud cuenta con una estructura organizacional delegada de la siguiente manera:

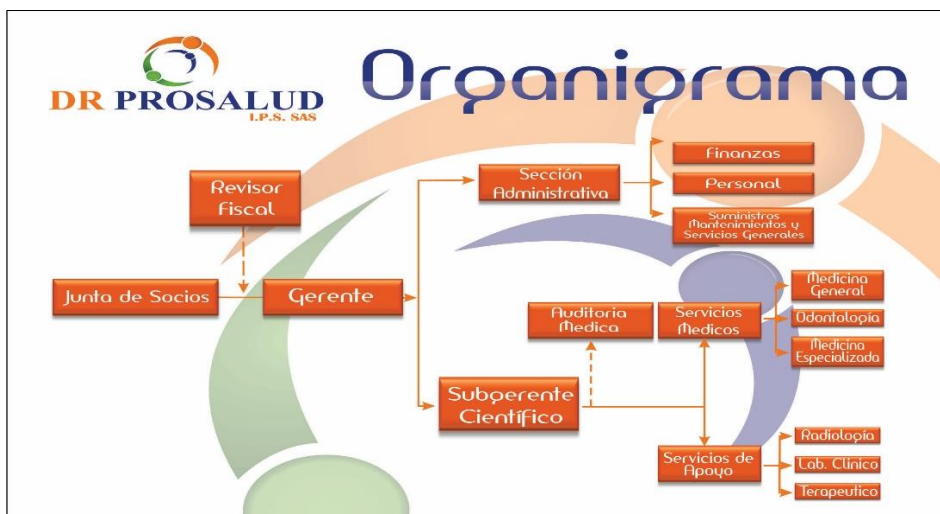


Figura 1. Estructura organizacional Dr. Prosalud.

Fuente. <https://ipsdrprosalud.com/>

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

El desarrollo de la práctica se ejecutara en el área de comunicaciones de la institución prestadora de salud DR PROSALUD I.P.S S.A.S brindando apoyo en la creación de imágenes HD, videos de alta calidad, pendones, pasacalles, piezas gráficas y en un nuevo proyecto acerca de la revista digital para generar una imagen corporativa visible y con reconocimiento para el público, centrando el proceso formativo en valores éticos, con alto sentido de compromiso con la organización, enmarcado en la solidaridad y el trabajo en equipo buscando el logro de las

actividades propuestas a alcanzar en el plan de trabajo con la mayor productividad y empoderamiento.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Evaluando el área de comunicaciones de Dr. Prosalud se evidencia que ésta consigue de manera eficiente con su misión, realizando el análisis DOFA éste logra evidenciar que presenta algunas debilidades y amenazas que no son trascendentales, pero de igual forma se debe trabajar en ellos para así llevar a la entidad a una mejora de su imagen y reconocimiento ante el público.

Tabla 1. Matriz DOFA

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1. Generar publicidad y hacer visible la entidad frente a la comunidad ocañera</p> <p>O2. Investigación y creación de una revista digital que permita compilar toda la información que el paciente necesita para conocer su IPS</p>	<p>A1. Dificultad en el acceso del paciente al servicio por la pandemia</p> <p>A2. Insatisfacción por parte del paciente al tener varias de sus citas y consultas de manera virtual</p>
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1. La entidad cuenta con disponibilidad de un gran número de servicios abiertos a la comunidad</p> <p>F2. Se exige a los profesionales médicos prestar un servicio de calidad y muy humano</p>	<p>D1. La atención al usuario tiene dificultades por ser cada vez mayor el número de afiliados</p> <p>D2. La entidad tiene un impacto positivo en la comunidad ocañera, pero no cuenta con mucho reconocimiento</p>

ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>1. Apoyo del área de comunicaciones para que se reconozca el trabajo de la entidad en la comunidad, se le brinde al paciente los medios para acceder a los diferentes servicios y prestar atención de calidad</p>	<p>1. Organizar programas que permitan prestar los numerosos servicios con los que cuenta la entidad al personal afiliado 2. Buscar la satisfacción del paciente brindando servicios de calidad por parte de los profesionales a cargo</p>
ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>1. Mantener informados a los usuarios nuevos que van llegando día a día para satisfacer sus necesidades por medio de la publicidad generada y la calidad del servicio</p>	<p>1. Optimizar los servicios de tele consulta y demás servicios que se presten a los pacientes de manera virtual para que estos se sientan a gusto con la entidad</p>

Nota. Matriz DOFA de la Empresa Dr. Prosalud.

Fuente. (Dr. Prosalud)

1.2.1 Planteamiento del problema

Actualmente la empresa DR PROSALUD I.P.S S.A.S posee buena fama en la comunidad ocañera, pero no es tan visible o reconocida, por el poco tiempo que le han invertido al área de comunicaciones, publicidad y afines. Tampoco cuenta con una investigación previa acerca del servicio al usuario y como este lo percibe, como es la calidad, el número de pacientes conformes e inconformes. Por este motivo, se piensa generar investigación a los diferentes servicios que se está prestando en la entidad y de esta manera brindar educación e información al paciente, pero trabajando de la mano con la comunidad para conocerlo y así saber que quiere y que necesita, para mejorar los procesos internos de la organización.

De esta manera se piensa implementar una revista que amplié la visión de la entidad hacia la población y enfatice la imagen corporativa ya establecida, con contenido profesional. Esta revista estará basada en la investigación anteriormente mencionada y se presentará de manera digital y física, con su debido lanzamiento al público interesado.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Diseñar una revista para la entidad DR PROSALUD I.P.S S.A.S con bases investigativas en los procesos y servicios que se presta a la comunidad

1.3.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar los contenidos escritos y fotográficos que se utilizarán para la revista
- ✓ Determinar la diagramación y estilo de la revista para la entidad Dr. Prosalud
- ✓ Elaborar la revista digital para la entidad Dr. Prosalud apta para todo tipo de público

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa

Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES
Diseñar una revista para la entidad DR PROSALUD I.P.S S.A.S con bases investigativas en los procesos y servicios que se presta a la comunidad	Identificar los contenidos escritos y fotográficos que se utilizarán para la revista	Educar, enseñar e informar a la comunidad y/o usuarios acerca de la manera en cómo se está prestando el servicio en la IPS Estructurar la prestación del servicio desde la tele-consulta de manera que se puedan apartar las citas por medios electrónicos como el WhatsApp
	Determinar la diagramación y estilo de la revista para la entidad Dr. Prosalud	Creación de imágenes HD, Videos de alta calidad, piezas publicitarias, pendones, pasamanos, pasacalles, podcasting, podcast Estructurar bases para el trabajo a largo plazo en el área de comunicaciones, como es la papelería, Cronogramas de trabajo, visualización de la imagen corporativa, contenidos audiovisuales
	Elaborar la revista digital para la entidad Dr. Prosalud apta para todo tipo de público	Realizar capacitaciones, asesorías con los pacientes para ahondar en la parte investigativa de la revista Basado en las necesidades de los usuarios, generar una revista que permita aclarar dudas, informar, enseñar a los pacientes acerca del funcionamiento que se lleva a cabo en la IPS Lanzamiento de la página junto con la revista

Nota. Descripción de las Actividades. Fuente: (Dr, Prosalud IPS)

1.5 Justificación

La razón de ser de gran parte de las organizaciones existente se basa en la creación u ofrecimiento de bienes y servicios que puedan ayudar a satisfacer las necesidades que tiene la sociedad, buscando que en cada uno de los elementos entregados se pueda obtener una relación bidireccional donde el usuario se sienta a gusto con los servicios solicitados y la empresa pueda perpetuar y mejorar su labor.

DR Prosalud siendo una IPS que busca la superación continúa en la prestación de sus servicios para ello trabaja de manera continua en el fortalecimiento de los componentes que la constituyen con el fin de poder brindar a sus clientes una experiencia que responda a sus necesidades de salud y que además cuente con el valor agregado de mantener la satisfacción permanente de su público por medio eficiencia, respeto y responsabilidad en cada una de sus acciones.

En pos de lograr un mayor cobertura y alcance de nuevo público se deben agregar al manejo comunicativo actual el diseño de una revista de manejo digital e impreso, en ella se condensarán los diferentes procesos que desarrolla la entidad; servicios, alternativas de trabajo que posee, aliados y las aspiraciones a las cuales se le están apuntando por medio de la labor realizada.

Al poseer un medio de información como lo es la revista (Digital y física) se lograría una mayor captación de la atención de la comunidad, jugando con la combinación de piezas gráficas, fotografías, informes, notas de los logros alcanzados, mantenimiento e identificación de la marca

y un puente que llevaría a los nuevos usuarios a indagar más sobre la IPS a través de sus otros medios.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque contextual

El municipio de Ocaña norte de Santander es una zona caracterizada por acogimiento de una amplia variedad poblacional, la calidad de vida que brinda, clima, oportunidades de crecimiento y estabilidad familiar la hace uno de los focos de atención para los habitantes que tienen conocimiento de su existencia.

Al captar un número significativo en su población ha generado que la demanda de abastecimiento de bienes básicos, trabajo y prestación de servicios de salud se encuentre en constante reforma, junto con la disponibilidad de nuevas organizaciones que puedan responder a las necesidades de los usuarios.

Actualmente son 10 las IPS presente en la zona, cada una de ellas tiene un campo de acción específico en las ramas de la salud, además hay un apoyo mutuo entre organizaciones que trabajan en pro del cuidado y protección de los derechos esenciales de la comunidad ocañera.

La organización IPS Dr Prosalud lleva un aproximado de ocho años entregando servicios de alta calidad a la región, durante este tiempo ha estudiado de manera constante los cambios que se han producido en el entorno y los cambios a los que se han sumado las demás organizaciones. Con este previo análisis la IPS ha trabajado de manera ardua a entregar un servicio con un gran valor agregado en cada acción desarrollada.

2.2 Enfoque conceptual

Como objetivo de la pasantía realizada fue diseñar una revista digital para la entidad DR PROSALUD I.P.S S.A.S con bases investigativas en los procesos y servicios que se presta a la comunidad, con la intención de brindarle un mejor servicio a todos los usuarios de la región. Por tal motivo, se escogieron unos términos de mayor relevancia en el proceso de trabajo, estos fueron: revista digital, posicionamiento, estrategia, TIC y diseño.

Según Emma Llensa, (2017) la revista digital es “una secuencia de contenidos que tratan sobre un mismo tema y que son publicados digitalmente en una interfaz lógica y en un flujo UX (Experiencia de usuario), capaz de permitir que el usuario interactúe y se interconecte con redes sociales”. (Bottini & Vera, 2019, pág. 19)

Kotler y Armstrong (2007) afirma que,

“el marketing se llama posicionamiento de marca al lugar que ocupa la marca en la mente de los consumidores respecto el resto de sus competidores. El posicionamiento otorga a la empresa, una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia. Esta imagen propia, se construye mediante la comunicación activa de 4 unos atributos, beneficios o valores distintivos, a nuestro público, o segmento objetivo, previamente seleccionados en base a la estrategia empresarial. El posicionamiento es el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor, además es un indicador de la percepción del cliente sobre el producto y mezcla de marketing en comparación con los demás productos existentes en el mercado. A través de los

mensajes más simplificados se logra comunicar de mejor manera la estrategia de posicionamiento que se optó por llevar a cabo”. (Anónimo, 2021, pág. 3)

Según Sordo, (2019) estrategia podría tener diferentes asociaciones según el contexto en el que se maneje. En el caso de las comunicaciones y el marketing, una estrategia se compone de ciertos pasos específicos que se llevan a cabo para llegar al mismo resultado: promocionar la marca y vender. (Sordo, pág. 1)

“Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden contribuir al acceso universal a la educación, la igualdad en la instrucción, el ejercicio de la enseñanza y el aprendizaje de calidad y el desarrollo profesional de los docentes, así como a la gestión dirección y administración más eficientes del sistema educativo” (UNESCO, 2017)

Son todas esas tecnologías que nos permiten acceder, producir, guardar, presentar y transferir información. Ellas están en todos los ámbitos de nuestras vidas, en nuestra vida social, familiar y escolar. Sus usos son ilimitados y pueden manejarse con facilidad, sin necesidad de ser un experto. Son Televisores, teléfonos celulares, computadores, radios, reproductores de audio y video, consolas de videojuegos, tabletas e Internet. (TIC, 2017)

Según Papanek, Victor, (1997) “Todos los hombres son diseñadores. Todo lo que hacemos casi siempre es diseñar, pues el diseño es la base de toda actividad humana (...) Diseño es el esfuerzo consciente para establecer un orden

significativo (...) La preocupación del hombre (...), el empeño constante en comprender una existencia siempre cambiante y altamente compleja mediante la imposición de un orden (...) El único orden que poseen (las cosas) es el que nosotros les damos (conscientemente) (...) El diseño ha de ser significativo; y “significativo” remplace a expresiones cargadas de connotaciones (...) como “bello”, “feo”, (etc.) (...) el valor estético es parte inherente de la función”. (Sol, 2019, pág. 14)

2.3 Enfoque teórico

Las comunicaciones en las organizaciones brindan la posibilidad de sostenimiento, crecimiento, transformación en el campo empresarial y aporte social, uno de los contextos de mayor incidencia en la manera en que se manejen las comunicaciones especialmente en el campo de las empresas prestadoras de servicios de salud que reciben una línea de manejo cercano con lo establecido por el gobierno nacional y el cuidado que se debe brindar a la ciudadanía.

Para complementar lo expuesto anteriormente y lo establecido en el documento mundial de la salud (Healthy People 2010, volumen I) al establecer que

“la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos para mejorar la salud pública y personal”. (Mario Mosquera, 2002)

Habiendo diferentes campos de inmersión en la rama de prestación de servicios de salud y en pos de mejorar la relación que se genera entre colaboradores de la entidad (gerencia-colaborador), entidad- usuario, entidad- aliados y entidad- entidad. Se ha aplicado dentro del manejo de la comunicación en la salud modelos como el de ‘Difusión de innovaciones’ que responde y examina la acción desarrollada por los agentes sociales; sus dinámicas provienen de un imaginario que toma los efectos limitados de los medios de comunicación en los años 40, estas concepciones tienen en cuenta el estímulo que podría causar las difusiones en gran masa de la información.

Para lograr que esta producción en masa sobre la información proporcionada por las entidades tuviera como parte de sus estrategias la participación de agentes claves que logaran mover la opinión pública.

Otro de los modelos que habla sobre la comunicación en el campo de la salud es el modelo de ‘Comunicación Macro- internacional’, su concepción parte de la orientación de editores sociales claves que sean capaces de promover e incitar a modificaciones en los campos de actuación de propósitos colectivos. Este modelo establece que

“Un imaginario social, para la creación de certezas compartidas, es el primer paso hacia la creación de un interés colectivo, Por ser toda movilización una convocatoria de consensos, la comunicación que le es propia, debe ser de la misma naturaleza, este es un aspecto primordial, por lo que ésta debe surgir de la naturaleza, forma del imaginario y de los propósitos que propone la comunicación”. (Mario Mosquera, 2002)

Al igual que la primera concepción mencionada el modelo de comunicación Macro-Internacional, tiene en cuenta la respuesta que tiene el ser frente a diferentes estímulos emitidos por personajes que logran relacionar sus necesidades con los servicios que ofrece la organización. De este modo las entidades de salud manejan de manera cuidadosa cada uno de los movimientos comunicativos que se puedan generar frente a la comunidad.

Otro de los modelos que se adentra en la comunicación en el campo de la salud es el de la ‘Comunicación para el cambio social’, este describe un proceso en el que tiene en cuenta la relación entre los diálogos de la comunidad y la las acciones que se pueden producir de manera colectiva.

Esta perspectiva maneja el cambio social como las actividades que se pueden realizar en manera conjunta para cumplir un cambio que apoye a la comunidad en el momento ejecutado y mantengan beneficios para las generaciones venideras.

Por otra parte, en el segundo Congreso Mundial de Redes Ciudadanas realizadas en el 2001 en la ciudad de Buenos Aires, Argentina; menciona los beneficios potenciales que trae la informática y todo el manejo de redes comunicativas, una de los temas tratados menciona que

“Uso de las TIC en la mejora de las condiciones de salud de la población. El congreso concluyó que el uso de las TIC, en este aspecto, ha contribuido a la expansión de servicios de diagnóstico y tratamiento, sobre todo para balancear las desigualdades existentes entre zonas urbanas y rurales, y servir como

medio para difundir y prevenir enfermedades e infecciones”. (Mario Mosquera, 2002)

Las alternativas comunicativas que han surgido durante lo recorrido de la sociedad y en pos de responder a las necesidades de las comunidades por medio de un servicio de calidad, idoneidad de información, mayor cobertura y evidencia de las características de cada una de las entidades de salud.

2.4 Enfoque legal

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA

TÍTULO II. DE LOS DERECHOS, LAS GARANTÍAS Y LOS DEBERES

CAPITULO I. DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES

Artículo 16. Todas las personas tienen derecho al libre desarrollo de su personalidad sin más limitaciones que las que imponen los derechos de los demás y el orden jurídico.

(CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, 1991)

Artículo 27. El Estado garantiza las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra. (CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA, 1991)

CAPITULO II. DE LOS DERECHOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES

Artículo 67. La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene una función social; con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura.

La educación formará al colombiano en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia; y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.

El Estado, la sociedad y la familia son responsables de la educación, que será obligatoria entre los cinco y los quince años de edad y que comprenderá como mínimo, un año de preescolar y nueve de educación básica.

La educación será gratuita en las instituciones del Estado, sin perjuicio del cobro de derechos académicos a quienes puedan sufragarlos.

Corresponde al Estado regular y ejercer la suprema inspección y vigilancia de la educación con el fin de velar por su calidad, por el cumplimiento de sus fines y por la mejor formación moral, intelectual y física de los educandos; garantizar el adecuado cubrimiento del servicio y asegurar a los menores las condiciones necesarias para su acceso y permanencia en el sistema educativo.

La Nación y las entidades territoriales participarán en la dirección, financiación y administración de los servicios educativos estatales, en los términos que señalen la Constitución y la ley. (CONSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA, 1991)

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

Ley 23 de 1982. Sobre derechos de autor

Artículo 1. Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. (CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2010, pág. 1)

Artículo 2. Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación , tales como: los libros, folletos y otros escritos; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza; las obras dramáticas o dramático-musicales; las obras coreográficas y las pantomimas; las composiciones musicales con letra o sin ella; las obras cinematográficas, a las cuales se asimilan las obras expresadas por procedimiento análogo a la cinematografía, inclusive los videogramas; las obras de dibujo, pintura, arquitectura, escultura, grabado, litografía; las obras fotográficas o las cuales se asimilan las expresadas por procedimiento análogo a la fotografía; las

obras de arte aplicadas; las ilustraciones, mapas, planos croquis y obras plásticas relativas a la geografía, a la topografía, a la arquitectura o a las ciencias y, en fin, toda producción del dominio científico, literario o artístico que pueda reproducirse, o definirse por cualquier forma de impresión o de reproducción, por fonografía, 46 radiotelefonía o cualquier otro medio conocido o por conocer.

Adiciona mediante la Ley 44 de 1993. Artículo 4.- Son titulares de los derechos reconocidos por la Ley: El autor de su obra; El artista, intérprete o ejecutante, sobre su interpretación o ejecución; El productor, sobre su fonograma; El organismo de radiodifusión sobre su emisión; Los causahabientes, a título singular o universal, de los titulares, anteriormente citados; La persona natural a jurídica que, en virtud de contrato obtenga por su cuenta y riesgo, la producción de una obra científica, literaria o artística realizada por uno o varios autores en las condiciones previstas en el artículo 20 de esta Ley. (CONGRESO DE LA REPUBLICA, 2010, págs. 1,2)

Capítulo 3. Presentación de resultados

Habiendo aplicado los pasos necesarios para el producto final (elaboración de la revista) propuesta dentro de la modalidad de pasantías para el mérito del título profesional de Comunicador Social. Se entrega la revista de manera digital de la I.P.S. Dr. Prosalud, las características de este medio contienen los colores característicos de la organización, de modo que se mantenga la identidad corporativa de la misma.

3.1 Objetivo específico 1

Identificar los contenidos escritos y fotográficos que se utilizarán para la revista

Durante los cuatro meses hicimos seguimiento a todas las dependencias de la empresa, al personal de sistemas, al personal más capacitados; cada uno de ellos fue entrevistado, además con algunos realizamos podcast los cuales fueron plasmados en la página web para que todos tuvieran la facilidad de acceder a la información.

La entrevista realizada a Katherine Sanguina Bayona, Nutricionista de profesión y quien hace parte del equipo, nos brindó la posibilidad de comprender un poco ciertos temas, además se logró mostrar en cada una de las preguntas planteadas el profesionalismo de ella y de cada una de las personas entrevistadas. A continuación, anexo entrevista realizada el 18 de septiembre del año 2020 Entrevista 18 de septiembre,

¿Qué son las mujeres en edad fértil?

Las mujeres en edad fértil comienzan su fertilidad, desde el inicio de su reproducción. La edad más adecuada de quedar en etapa gestacional o embarazo es a partir de los 20 años. Lo indicado al tiempo de tomar la decisión de concebir un hijo es programar una consulta Preconcepcional (Nota1) con el fin de abordar las condiciones adecuadas para comenzar con la etapa gestacional. Es un tema complicado, pues no muchas mujeres no toman esta precaución y donde he evidenciado menores de edad embarazadas. Esta población ondea en mujeres de 14 a 42 años.

Respecto a la disciplina de la nutrición ¿cuáles serían los conceptos a tratar para esta población?

Con este tipo de población se maneja en 3 tipos de diagnósticos nutricionales:

La mujer en Embarazo debe entrar a nutrición bajo el diagnóstico de embarazo confirmado

- 1) Embarazo bajo peso
- 2) Embarazo normalidad (Nota2)
- 3) Embarazo bajo obesidad

Dependiendo del diagnóstico se maneja unos rangos en una ganancia de peso, generalmente se recomienda a la paciente subir entre kilo y kilo y medio todos los meses. respecto a las recomendaciones nutricionales se basa en una alimentación balanceada, equilibrada y completa; una alimentación de mejor calidad, ya que el bebé desde el vientre empieza a alimentarse y desarrollarse.

Las recomendaciones serían:

- 5 porciones de frutas y verduras al día, 2 verduras y 3 frutas.
- Consumir lácteos y sus derivados
- leguminosas (Granos) Las lentejas fundamentales 2 o 3 porciones a la semana
- Proteínas Carne, pollo, pescado y sobre todo el hígado
- Consumir agua constantemente
- Actividad física (si la mujer se encuentra en las condiciones) 30 minutos
- Evitar consumir productos procesados

Todos estos consejos dependen del diagnóstico, según la situación del paciente, ya que hay mujeres que vienen con una enfermedad de base (tiroides, hipertensión) o que en medio del embarazo adquirió una diabetes gestacional. Lo importante de este proceso es APRENDER A COMER. En el embarazo no es “COMER POR DOS, ES COMER PARA DOS”

¿Bajo la crisis sanitaria actual qué consejos o que restricciones debe tener una paciente en esta etapa?

El diagnóstico que he tenido bajo la situación actual es que como estamos en casa las mamitas se están desordenando nutricionalmente, el consejo principal es tratar de organizar nuestras actividades (trabajo, ejercicio, quehaceres) y no descuidar nuestra forma de alimentarnos.

¿Qué temas serían los indicados para transmitir en las charlas a futuro que harán para este tipo de población?

- Enfermedades de riesgo cardiovascular (hipertensión, diabetes, colesterol)
- Sobre peso y obesidad
- Alimentación en los niños

Página para investigar: OMS o FAO

Luego de tener todas las entrevistas, seleccionamos los temas más importantes, esta se hizo con asesoría del jefe Laura quien nos iba indicando el paso a paso lo que para ella como conocedora de cada uno del personal fuera más importante, además conoce los déficits que a los que hicimos referencia.

Dándole paso al cumplimiento del primer objetivo las fotografías que se adaptaron a la revista fueron tomadas con una Nikon 2200, para hacer estas tomas se hicieron con tiempos estipulados, que quiere decir eso, se escogió un tiempo libre con cada colaborador para hacer tomas de su oficina e implementos de trabajo. Por ejemplo, Odontología, se tomó un día donde tuviera espacio y se le hicieron tomas de planos detalle donde se veían la limpieza de todas las piezas con las que se trabajan, en Radiología se hicieron plano general también con el profesional Luis Alfredo, se hicieron tomas en el área de atención al cliente, se manejó un plano medio corto a las asistentes encargadas de recibir todos los documentos de afiliación y pagos de mensualidades.

Estuvimos viendo en los laboratorios microscopios de alta calidad haciendo enfoque y tomando fotografías plano detalle y porque tienen muchas herramientas de trabajo y todo eso debería ser documentado para dejar un banco de información, además por parte de nosotros crear

contenido para la revista con el mismo material que hay en la IPS. También se hicieron tomas fotográficas en el laboratorio donde cuentan con unas máquinas capaces de precisar que enfermedades tienes por medio de la Orina o sangre.

Se hicieron algunas tomas que las pidió uno de los gerentes, donde se hizo una fotografía a la fachada de la IPS, pues al ser un lugar con una entrada tan pequeña no se visibilizaba muy bien y se optó por una edición donde cortaríamos cables de los postes y retoque digital para darle una mejor cara a la identidad. Cabe resaltar que también se brindó apoyo en todas las reuniones que se hicieron por parte de la IPS, muchas veces la atención no era optima y en algunos casos no eran atendidos, tema que el área de comunicaciones se encargó de revisar en la base de datos y organizar y coincidir cita con el paciente, fueron labores que se hicieron dentro de la IPS mientras estuvimos para dejar y emplear un buen trabajo en la misma, el apoyo se hizo para dejar un respaldo a quienes asistían a las reuniones y tener evidencias de que la IPS cumple con las reuniones pautadas.

3.2 Objetivo específico 2

Determinar la diagramación y estilo de la revista para la entidad Dr. Prosalud

Para lograr cumplir este segundo objetivo se tuvieron en cuenta diferentes aspectos que iban a ayudar al desarrollo de este.

Teniendo en cuenta la teoría del color, donde esta nos ayuda en diferentes momentos a seleccionar tonos logrando de esta forma un diseño o una mezcla perfecta. Se revisaron tres aspectos

muy importantes como lo fue la tonalidad, que es básicamente sinónimo de color. Encontramos la saturación, que vendría a ser la fuerza del color. Tenemos el brillo que nos permite identificar si el color es oscuro o claro, hay que tener mucho cuidado al momento de seleccionar el brillo, ejemplo este puede pasar de un rojizo opaco profundo a un rosado pastel.

Es muy importante el saber combinar los colores, debido a que en muchas ocasiones lo que creemos que está bien para nosotros, puede no estar transmitiendo lo que se quiere transmitir. Hay una fórmula llamada monocromática debido a que se utiliza un solo color. Entonces al trabajar con color hay muchos aspectos que se deben tener en cuenta para lograr un buen resultado, como el contraste, la legibilidad de cada uno de los tonos, el mensaje que ellos transmiten y lo más importante de dónde nace la inspiración para lograr la combinación.

Cada color trasmite un mensaje, por eso es muy importante a la hora de seleccionarlo primero determinar qué es lo que quiere comunicar para así seleccionar una mejor paleta de colores, por ejemplo, los colores vivos tienden a dar un toque divertido o moderno. Los colores desaturados, a menudo, parecen más orientados a los negocios. A veces depende solamente del contexto.

Pasamos a un aspecto muy importante y es la imagen que queremos utilizar, cabe resaltar que para este tipo de trabajos se vio la necesidad de crear un diseño para cada una de ellas, es de recalcar que cada imagen utilizada es una forma de captar la atención del espectador, debido a que, si tenemos una buena imagen, pero un mal diseño, esta no servirá de nada, la imagen y el

diseño va compaginadas logrando así llamar la atención del espectador; debemos ser muy creativos a la hora de la selección de esta.

Hay que tener mucho cuidado al momento de ampliar o de disminuir el tamaño de las imágenes utilizadas, ya que si hacemos un uso incorrecto de algunas de estas dos funciones nuestra imagen puede perder calidad y verse en algunas ocasiones desfiguradas.

Cada uno de esos aspectos anteriormente mencionados fueron importantes para lograr un excelente diseño de la revista digital para la entidad Dr. Prosalud, pero si no utilizamos una buena tipografía para el diseño, este puede fracasar, teniendo en cuenta siempre que un buen diseño depende de una buena imagen y una excelente tipografía.

Encontramos una de las fuentes utilizadas para el desarrollo de la revista que fue la Serif, esta tiene pequeños trazos, llamados serifas, pegados en la parte principal de la letra. Por su aspecto clásico, son una buena opción para proyectos más tradicionales. También son comunes en publicaciones impresas, como revistas y periódicos,

Tenemos la fuente Sans serif, esta no tiene ese trazo extra, de ahí el nombre, que en francés significa "sin serifas". Este estilo es considerado más limpio y moderno. Además, es más fácil de leer en las pantallas de los computadores, los teléfonos inteligentes y las tabletas.

Los colores de la revista están en sintonía con la salud, en este caso escogimos tres tonos, uno es el azul celeste y azul petróleo con degradados, en la ilustración vemos hondas que hacen

similitud a nuestro logro en forma de hondas, el blanco también hace parte de la revista pues este colabora generando que sea más refrescante al leer y utilizamos sutilidad y mucha tranquilidad al momento de plasmar los colores.

la diagramación de la revista tiene margen de error de 5cm para tener un orden de encaje de todo el contenido. Los textos están ubicados muy centrados y a distancias exactas para darle simetría para que no haya desorden visual.

Las tipografías seleccionadas fueron ITC Eras médium utilizada para textos de párrafo, ITC Eras Médium, misma familia, pero en negrita para títulos, esto se dio debido a que son tipografías sin serifa y muy deportiva, tiene estilo ejecutivo y es muy empática con las revistas de salud.

3.3 Objetivo específico 3

Elaborar la revista digital para la entidad Dr. Prosalud apta para todo tipo de público

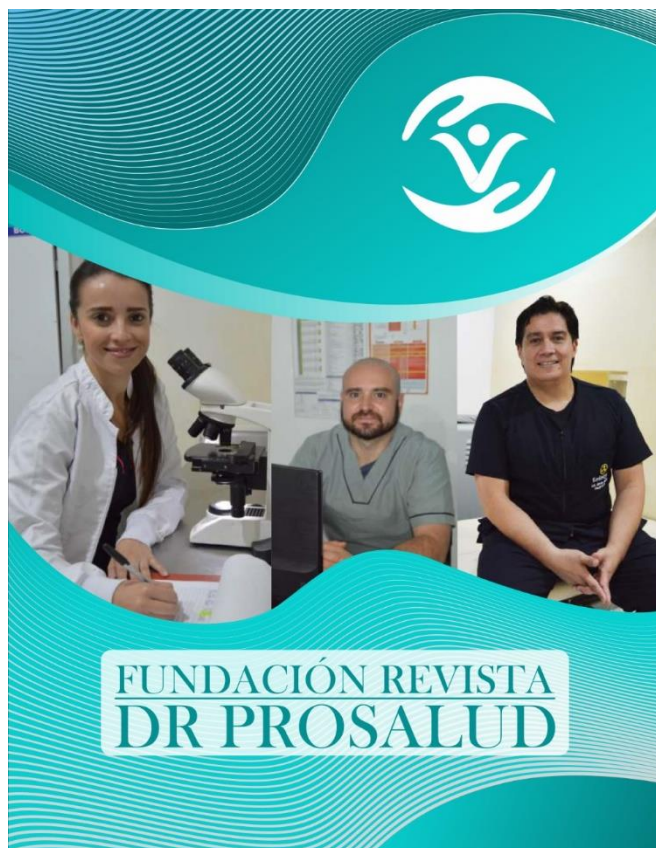
Después de realizar todos esos pasos de selección de contenidos, fotografías y demás información que se incluiría en la revista, se empezó a estructurar de tal forma que cada una de sus páginas fueran de mayor agrado para todas las personas.

El proceso de elaboración se llevó a cabo de varios pasos, mi tutor de pasantías Manuel Ibáñez fue el que me dio algunos tips de uso y aplicación, desde dejar margen de error al montar

textos, hasta no saturar la revista con tantos colores. Al tener la mayoría de información, se fue editando la página y subiendo todos los contenidos para no perder el proceso mientras se elaborarán y se subían, eso se hizo así para que cada publicación por medio del grupo de WhatsApp se publicara y la gente fuera a la página a verlos. Todo se fue organizando por medio de mi jefe inmediata Laura, quien aprobaba los puntos que se iban agregando y los contenidos, comenzando desde identidad de la IPS, perfil profesional del gerente, fundador de la revista, hasta forma de conexión digital del usuario a la entidad.

Fue muy importante tener en cuenta el contenido que se iba a colocar, ya que este debía estar muy enlazado con la página. Se elaboró con la portada iconos alusivos al contacto humano, al teléfono, para que el usuario se diera cuenta que está entrando a una revista interactiva y esto lo podemos ver en la portada donde hay que darle clic y ver el contenido principal de la revista.

Siguiendo con todo el proceso se elaboró la parte de los servicios, se crearon podcast y luego código QR que ayudan a que la revista sea una revista muy útil sea digital e impresa, para finalizar se escogieron figuras alusivas a la salud, entre vectores circulares en forma de honda generando una gran conexión con el logo que es el principal encargado de dar identidad a la revista Prosalud. A continuación, se explica cómo están compuestas las partes de la revista



Contenido

1ra Edición Fundación revista Dr Prosalud.

Fundación Revista Dr Prosalud 2020	1
1. Misión y Visión de la empresa.	2
1. Biografía fundador (Luis Alfredo Jimenez)	3-5
2. Servicios especializados.	6
3. Podcast: TEMAS: nutrición y vida sexual en adolescentes.	7-8
4. Planificación familiar.	9-10
5. Nuestros profesionales.	11
6. Método de afiliación.	12
7. Conoce dónde estamos ubicados.	13
8. Códigos QR (Contacto, medios digitales)	14

Figura 2. Portada y contenido Fundación revista DR Prosalud.

En las dos primeras páginas de nuestra revista encontramos una portada donde encontramos el fundador Luis Alfredo y a dos colaboradores los cuales a votación se eligieron y ellos fueron los que salieron seleccionados, también encontramos la razón social y nuestra identidad, siguiendo el paginado encontramos el contenido, el cual muy meticuloso y con ayuda de la jefe se logró colocar lo más esencial.



Figura 3. Página 1 y 2 Fundación revista DR Prosalud.

En seguida encontramos nuestra marca y es donde comenzamos a ver el lema que la identifica y se inicia el proceso de interacción con ella, en la página donde vemos la marca podemos tocarlos y este nos llevara a YouTube, nuestra página de YouTube y conocer más sobre la revista, seguido encontramos misión y visión de la empresa, contenido proporcionado por la entidad y que quieren dar a conocer.

El nombre **Luis Alfredo Jiménez Rodríguez** está íntimamente ligado a la existencia de la **IPS DR. PROSALUD**, él mismo, con puño y letra ha escrito un centenar de páginas que narran la historia de esta empresa promotora de salud que goza de gran éxito en la provincia de Ocaña y el Catatumbo.

El **Dr. Luis Alfredo Jiménez Rodríguez** está sujeto desde muy joven con el negocio de la salud, haciendo presencia en estas disciplinas fundamentales para él, el Hospital Emiro Quintero Cañizares es donde dio sus primeros pasos hace unos veintiocho años.

Su ambición y sus objetivos siempre fueron claros y tenían solo un resultado... cumplirlos.

Se enfocó para conseguir lo trazado en su plan de vida, su dedicación lo llevó a escalar peldaños rocosos, iniciando su compromiso laboral como un empleado de mantenimiento, desde allí su vida profesional ha estado en un constante ascenso.

FUNDACIÓN REVISTA DR PROSALUD

LUIS ALFREDO JIMENEZ
ASESOR Y CONSULTOR EN SALUD

El hospital Emiro Quintero cañizares le otorgó la oportunidad de estudiar en la ciudad de Medellín y regresar como **Tecnólogo en Imágenes diagnósticas**, desde ese punto tomo como arma fundamental del éxito el aprendizaje y la academia, afirmación que la avala sus títulos: estudio **Administración de Empresas** siendo egresado de la **Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña**, **Especialista de la Universidad de Pamplona** en **Control Interno e Indicadores de Gestión**, **Maestría en Gestión y Desarrollo en Empresas Sociales**, **Maestría en Gerencia en Marketing**, **Doctorado en Ciencias Gerenciales** de la **Universidad Rafael Beloso Chacín "URBE"** en la **Ciudad de Maracaibo (Venezuela)** y hace (11) once años se dedica a la docencia e investigación en varios estamentos académicos de la región y el país, un palmarés digno de admiración.

En ese orden, esta entidad inicia con la **habilitación de los servicios de MEDICINA GENERAL, ODONTOLOGÍA, LABORATORIO CLÍNICO Y FARMACIA**. Más tarde, alrededor del año 2014 se ve la necesidad de implementar nuevos servicios que permitan la competencia para estar en la vanguardia de los servicios de salud, dado esta necesidad se comparte esta idea con el **DR. Luis Alfredo Jiménez Rodríguez** quien decide hacer parte de esta sociedad y ayudar en la implementación y **habilitación del nuevo servicio de imagenología y ayudas diagnósticas**, en la actualidad en conjunto, los tres socios han vinculado a la **IPS** disciplinas medicas como: **Medicina Interna, Pediatría, Gineco-Obstetricia, Imagenología, servicios de Consulta Externa**, además, **Medicina General, Odontología, Laboratorio Clínico, Programas de Promoción y Prevención, Psicología y Servicio de Nutrición**.

Responsable de este joven y ambicioso proyecto eleva su imagen de gestor y administrador, pero sobre todo su postura de líder, cuenta con las características

3 **4**

IPS Dr. Prosalud Cl. 11 #7-14 CI Ocaña Norte de Santander

Figura 4. Página 3 y 4 Fundación revista DR Prosalud.

Tres páginas son dedicadas para el fundador, con ilustraciones que ya se habían utilizado en algunos videos como lo son los banners para los nombres y póstumo a eso generando información de cómo surgió y en la parte de abajo la dirección donde necesitamos recalcar al usuario.



Figura 5. Página 5 y 6 Fundación revista DR Prosalud.

En esta página tenemos los servicios especiales, donde usamos fotografías de internet para la parte superior e imágenes que fueron tomadas por el área de comunicaciones. También podemos ver que en esta página hacemos interacción con la página web, tocando el título nos redirige a la página web donde se verá un video que trabajamos y subimos para explicar los servicios más a profundidad.

Podcast

Katherine Sanguino Bayona-Nutricionista

Dependiendo del diagnóstico se maneja unos rangos en una ganancia de peso, generalmente se recomienda a la paciente subir entre kilo y kilo y medio todos los meses. respecto a las recomendaciones nutricionales se basa en una alimentación balanceada, equilibrada y completa; una alimentación de mejor calidad, ya que el bebé desde el vientre empieza a alimentarse y desarrollarse.

Las recomendaciones serían:

- 5 porciones de frutas y verduras al día, 2 verduras y 3 frutas.
- Consumir lácteos y sus derivados.
- leguminosas (**Granos**) Las lentejas fundamentales 2 o 3 porciones a la semana.
- Proteínas Carne, pollo, pescado y sobre todo el hígado.
- Consumir agua constantemente.
- Actividad física (**si la mujer se encuentra en las condiciones**) 30 minutos.
- Evitar consumir productos procesados.

Todos estos consejos dependen del diagnóstico, según la situación del paciente, ya que hay mujeres que vienen con una enfermedad de base (**tiroides, hipertensión**) o que en medio del embarazo adquirió una diabetes gestacional. Lo importante de este proceso es **APRENDER A COMER**. En el embarazo no es "COMER POR DOS, ES COMER PARADOS"

Escucha el podcast completo

7 IPS Dr Prosalud Cl. 11 #7-14 Cj Ocaña Norte de Santander

Podcast

Laura Marcela Mateus-Vida Sexual en adolescentes.

¿Qué son las mujeres en edad fértil?

Las mujeres en edad fértil comienzan su fertilidad, desde el inicio de su reproducción, la edad más adecuada de quedar en etapa gestacional o embarazo es a partir de los 20 años, lo indicado al tiempo de tomar la decisión de concebir un hijo es programar una consulta Pre concepcional con el fin de abordar las condiciones adecuadas para comenzar con la etapa gestacional. Es un tema complicado, **pues no muchas mujeres no toman esta precaución** y donde he evidenciado menores de edad embarazadas.

Esta población ondea en mujeres de **14 a 42 años**.

Respecto a la disciplina de la nutrición **¿cuáles serían los conceptos a tratar para esta población?**

Con este tipo de población se maneja en **3 tipos** de diagnósticos nutricional:

La mujer en Embarazo debe entrar a nutrición bajo el diagnóstico de embarazo confirmado

- 1) Embarazo bajo peso.
- 2) Embarazo normalidad.
- 3) Embarazo bajo obesidad.

Escucha el podcast completo

8 IPS Dr Prosalud Cl. 11 #7-14 Cj Ocaña Norte de Santander

Figura 6. Página 7 y 8 Fundación revista DR Prosalud.

Estas dos páginas son dedicadas al podcast, donde podrán escuchar y escucharnos de tal manera que tengamos conexión con la audiencia generando una revista de alta calidad.

Planificación Familiar
Es el derecho que tiene tanto el hombre como la mujer de decidir voluntariamente cuándo y cuántos hijos desean tener. Todos los métodos son gratuitos y están contenidos en el Plan de Salud de la IPS.

¿Cuáles son los métodos de planificación familiar que ofrece DR. PROSALUD?

- 1**
Preservativo (condón).
Consiste en una funda delgada elaborada en látex, que se utiliza en el pene durante el acto sexual. Su finalidad es doble: minimiza el riesgo de contagio de enfermedades de transmisión sexual y reduce la posibilidad de un embarazo, siendo el único de los métodos anticonceptivos que protege de enfermedades de transmisión sexual.
- 2**
Anticonceptivos orales.
También conocidas como pastillas o píldoras anticonceptivas, están elaboradas con pequeñas dosis de hormonas: estrógeno y progesterona, cuya función es impedir la maduración de los óvulos o que los espermatozoides lleguen al óvulo y lo fecunden. Son píldoras que se toman por vía oral, una vez al día para prevenir un embarazo. Cuando se usan en forma correcta y disciplinada, son muy eficaces.
- 3**
Ponerse y ligadura de trompas.
Es un método anticonceptivo de tipo quirúrgico, el cual consiste en la oclusión bilateral de las trompas de Falopio (tubos que conectan los ovarios al útero) con el fin de impedir la unión del óvulo con el espermatozoide. Se considera una forma de planificación permanente y no se recomienda como método a corto plazo.
- 4**
DIU (Dispositivo).
Es un pequeño dispositivo en forma de T, que se coloca dentro del útero de la mujer para evitar embarazos. Es un método de larga duración, muy efectivo.
- 5**
Implantes subdérmicos
Dispositivo compuesto por una o varias barras que liberan lentamente y durante un tiempo de tres a cinco años una hormona evitando la ovulación y haciendo más espeso el moco cervical, impidiendo la entrada de los espermatozoides al útero. Las barras se colocan en el brazo, debajo de la piel.
- 6**
Vasectomía (Hombres)
Es un método quirúrgico anticonceptivo permanente que se realiza al hombre, consiste en cortar los tubos llamados deferentes que transportan los espermatozoides desde los testículos, impidiendo que el semen eyaculado contenga espermatozoides y el óvulo sea fecundado.

FUNDACIÓN REVISTA DR PROSALUD

Figura 7. Página 9 y 10 Fundación revista DR Prosalud.

Queremos que no todo quede digital así que le damos al lector algunas recomendaciones y entretenimiento para que lea, pues lo puedes hacer tanto digital como impreso, es una revista diseñada para ambas labores.

Conoce a nuestro personal capacitado.

11 IPS Dr Prosalud Cl. 11 #7-14 Cl. Occidente de Santander

¡Afíliate a un servicio humanizado con calidad!

Cómo afiliarse con nosotros

- Afíliate con 5 personas (no es necesario un vínculo sanguíneo).
- Al afiliarte con la fundación (NO) te desvincularas de ningún régimen subsidiado o contributivo del sistema de seguridad social en Colombia.
- El acceso a las consultas se manejan con tarifas de bajo costo.
- Tendrán un acceso de privilegio, eficiente, eficaz, de calidad y oportuno a cualquier de los servicios de su necesidad.

12

Figura 8. Página 11 y 12 Fundación revista DR Prosalud.

Podemos ver algunas caras conocidas, este es nuestro personal profesional, el encargado de que la IPS funcione de una manera óptima y de calidad.

La afiliación a la Fundación son pasos sencillos, aquí explicamos cómo se hacen y también explicamos que no corren riesgo en desvincularse a otras entidades de salud.



Figura 9. Página 13 y 14 Fundación revista DR Prosalud.

En esta página quisimos mostrar nuestra fachada retocada, pues queremos brindarle una mejor cara a la casa de la Revista IPS, aquí en el contacto podrás apartar tu cita, solo es cuestión de hacer el contacto donde está la flecha para que este por medio de la revista te lleve a apartar una cita muy rápido con nosotros.

Tanto consejos y muchos vectores podemos encontrar una de las partes más digital, pues es donde encontramos nuestros medios digitales, donde le brindamos al usuario calidad y una buena imagen a la IPS, aquí por medio de códigos QR y por medio de tactos podrás encontrarnos muy

fácilmente como también, entrar a nuestra página web y encontrar todos los contenidos se elaboraron durante la pasantía.



Figura 10. Caratula final Fundación revista DR Prosalud.

Finalmente se entrega la revista Dr Prosalud con información detallada de todos los colaboradores, cómo llegar y acceso fácil para apartar una cita, la revista cuenta con códigos QR, y una visualización de mapeo explicando dónde está ubicada, esta revista se crea con el fin de generar una muy buena información de los servicios prestados para la revista Dr Prosalud.

Logramos un producto que se acomoda a las nuevas tecnologías, pues hacemos muy interactivo el cliente con la I.P.S. La forma de apartar citas se volvió muy interactiva y por ende los usuarios obtienen de manera muy fácil toda la información de la I.P.S.

3.4 Logros

Con el objetivo de educar a los usuarios que adquieren el servicio en la I.P.S. se crearon diferentes formas para fortalecer la comunicación entre los mismos. El uso de las redes sociales, especialmente WhatsApp, que es una plataforma que les permite a ambas partes estar siempre conectados atendiendo y brindando un mejor servicio a las personas.

Primero se crearon plantillas para subir contenido a las redes sociales, tanto Muro como Historias, se elaboraron piezas gráficas para tener apoyo en el área informativa de la Revista Prosalud, con el tiempo se fueron haciendo entrevistas a todas las dependencias, consiguiendo información para dar inicio a la creación de la revista.

Continuamos publicando fechas especiales en las redes sociales y se tuvo una muy buena reacción con los usuarios, se dio inicio a la estructuración de la pestaña en la página Revista Dr Prosalud, actualizando información y subiendo todas piezas que se iban creando. Se asistieron a las reuniones y se dieron charlas del área de comunicaciones, tanto de apoyo como la necesidad de un comunicador social en la IPS.

✓ Edición del video promocional para los medios comunitarios, un trabajo que se presentó con animaciones y un buen producto para lanzamiento de la revista.

- ✓ Se creó la oficina Revista Dr Prosalud, aquí se tuvo en cuenta muchos aspectos, como fueron papelería, información de los servicios en la página web y redes sociales, información suministrada por la investigación que se investigó con todos los colaboradores.

- ✓ Creación del pendón e imagen con información para dar visibilidad a la oficina Revista Dr Prosalud, además, se creó de banco fotográfico y audio-visual, se escogieron días en los que los colaboradores fueran con todo su equipo para realizar unas buenas tomas de la entidad.

- ✓ Se generó la necesidad para la empresa de tener una oficina de comunicaciones, la cual se encarga de darle visibilidad a la entidad, tuvimos un plus y fue crear la revista que eso ayudo a que se necesitará un Comunicador Social y más que todo la entrada para que próximos comunicadores puedan realizar su proceso de prácticas o pasantías en la empresa.

- ✓ Creación del perfil del fundador de la entidad Mg. Luis Alfredo.

Capítulo 4. Conclusiones

Al final la realización de las pasantías en la entidad y habiendo concluido con el cumplimiento de cada uno de los objetivos planteados al inicio de la labor, además se logró comprender las diferentes variantes en los que se puede presentar la comunicación y las características propias que posee en el campo de las entidades de salud.

La entidad por medio del registro y el buen manejo de su plano comunicativo se puede visionar como un ente de gran reconocimiento y aporte social.

Capítulo 5. Recomendaciones

Se sugiere el uso continuo de herramientas y material alternativo que permita el mantenimiento de la marca, registro de los avances de la entidad y los demás componentes que integran y son puntos fuertes de la IPS DR Prosalud.

El uso digital y físico de la revista será uno de los pasos que ayudará a cumplir los objetivos misionales de la entidad.

Referencias

- Anónimo. (2021). *El Marketing - Posicionamiento*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/5818_5184.pdf
- Bottini, D. J., & Vera, V. A. (Junio de 2019). *Diseño del concepto y funcionamiento de una revista digital que promueva el periodismo colaborativo en la escuela de comunicación social - UCAB Guayana*. Obtenido de <http://catalogo-gy.ucab.edu.ve/documentos/tesis/35559.pdf>
- CONGRESO DE LA REPUBLICA. (2010). *Ley 23 de 1982*. Obtenido de “Sobre derechos de autor”: <http://derechodeautor.gov.co:8080/documents/10181/182597/23.pdf/a97b8750-8451-4529-ab87-bb82160dd226>
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. (1991). *Capítulo 1. De los derechos fundamentales*. Obtenido de Artículo 16: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-16>
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. (1991). *Capítulo 1. De los derechos fundamentales*. Obtenido de Artículo 27: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-27>
- CONSTITUCIÓN POLITICA DE COLOMBIA. (1991). *Capítulo 2. De los derechos, las garantías y los deberes*. Obtenido de Artículo 67: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-2/articulo-67>
- DR PROSALUD IPS S.A.S. (2020). *MISIÓN*. Obtenido de <https://ipsdrprosalud.com/>

DR PROSALUD IPS S.A.S. (2020). *OBJETIVOS DE LA EMPRESA*. Obtenido de

<https://ipsdrprosalud.com/>

DR PROSALUD IPS S.A.S. (2020). *VISIÓN*. Obtenido de <https://ipsdrprosalud.com/>

Mario Mosquera. (01 de Febrero de 2002). *Comunicación en Salud: Conceptos, Teorías y*

Experiencias. Obtenido de Comisionado por la Organización Panamericana de la Salud:

<https://www.comunit.com/content/comunicaci%C3%B3n-en-salud-conceptos-teor%C3%ADas-y-experiencias>

Sol, G. S. (Octubre de 2019). *100 definiciones de diseño*. Obtenido de

<https://pdfcookie.com/download/100-definiciones-de-diseo-wyljx488wr23>

Sordo, A. I. (2019). *El manual completo de las estrategias de marketing*. Obtenido de

<https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

TIC, M. D. (27 de Mayo de 2017). *¿Qué son las TIC?* Obtenido de

<https://www.enticconfio.gov.co/que-son-las-tic-significado>

UNESCO. (2017). *Las TIC en la educación*. Obtenido de [https://es.unesco.org/themes/tic-](https://es.unesco.org/themes/tic-educacion)

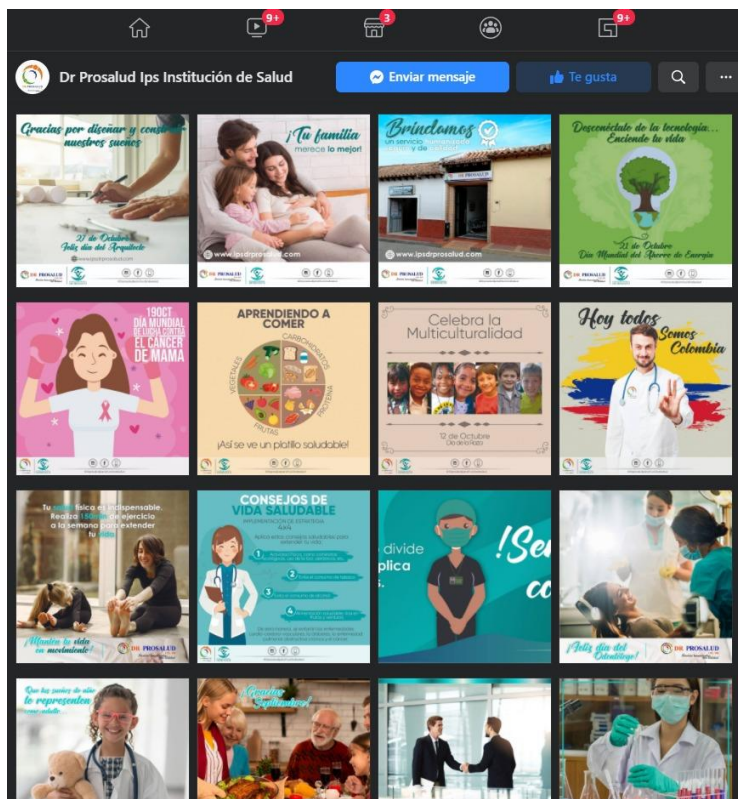
[educacion](https://es.unesco.org/themes/tic-educacion)

Apéndices

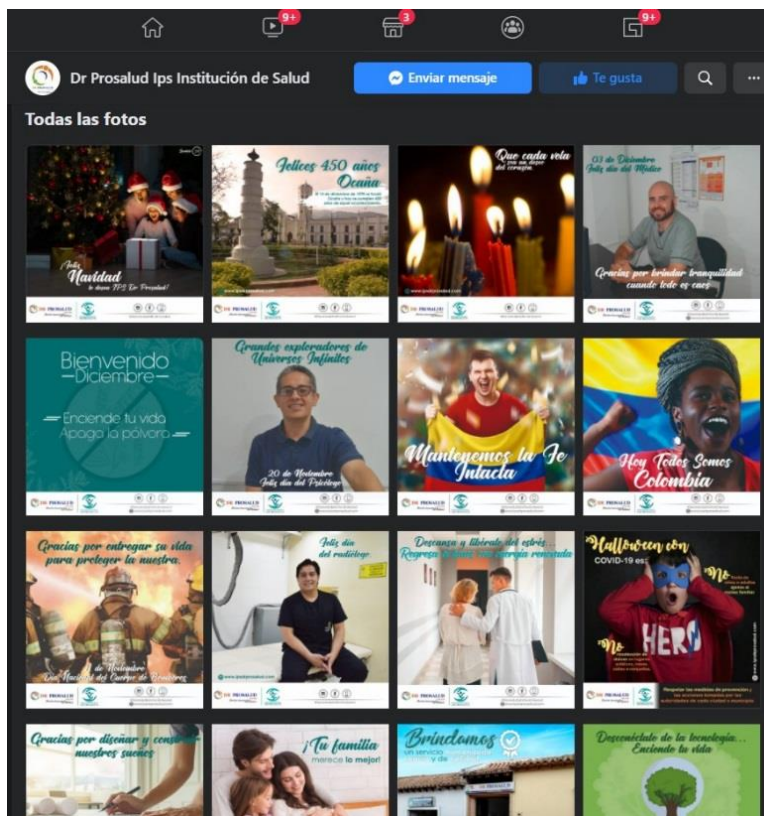
Apéndice A. Reunión con todo el equipo de trabajo.



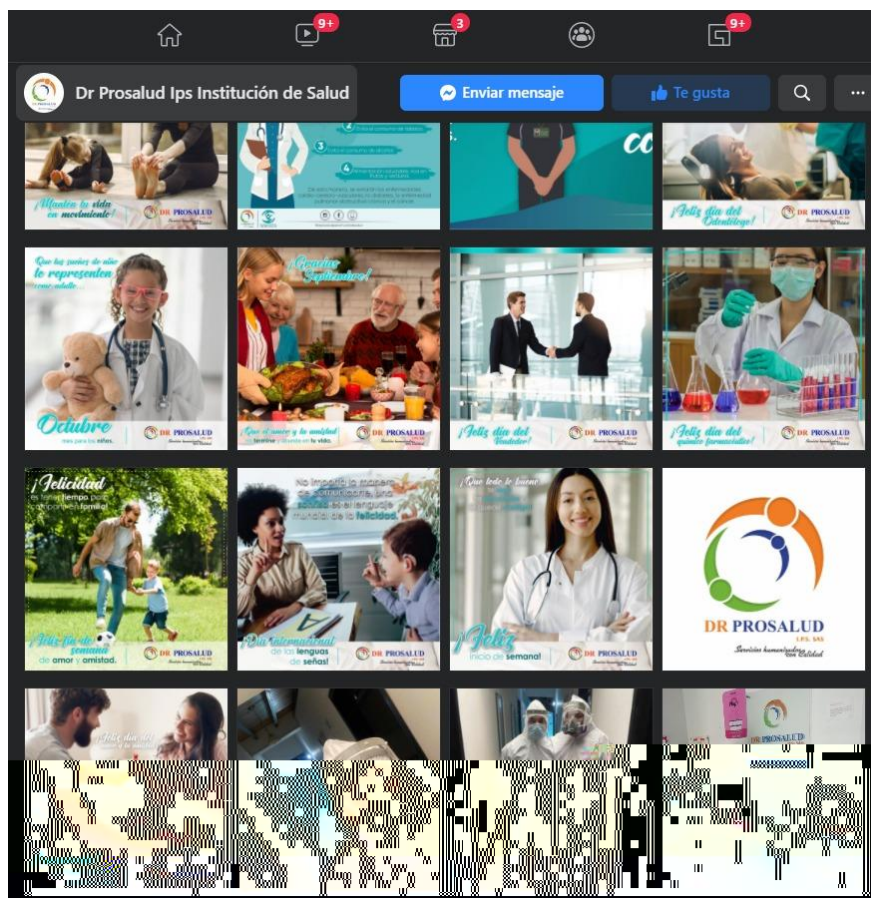
Apéndice B. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.



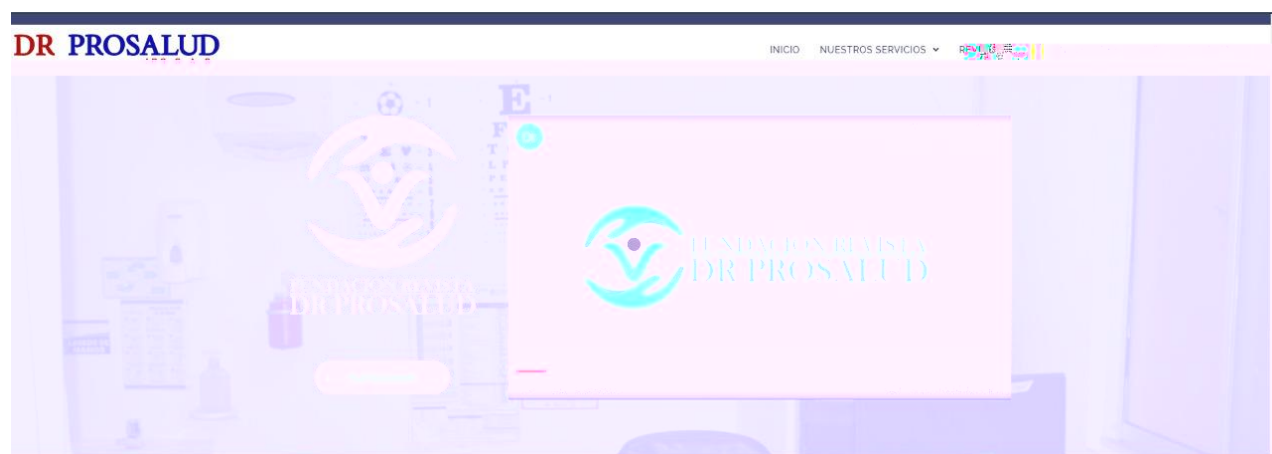
Apéndice C. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.



Apéndice D. Capture de diseños realizados para ser publicados en las distintas redes sociales con las que cuenta la I.P.S.



Apéndice E. Video informativo en la página web de la I.P.S.



Apéndice F. Punto de atención de la I.P.S.



Apéndice G. Trabajando en pro de la I.P.S.

