

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<small>Documento</small>	<small>Código</small>	<small>Fecha</small>	<small>Revisión</small>
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
<small>Dependencia</small>	<small>Aprobado</small>		<small>Pág.</small>	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1(57)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	<b>BRANDON MARTÍNEZ SALAZAR</b>		
FACULTAD	<b>EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>		
PLAN DE ESTUDIOS	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>		
DIRECTOR	<b>JAVIER ANTONIO SARABIA ASCANIO</b>		
TÍTULO DE LA TESIS	<b>DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER</b>		
<b>RESUMEN</b> (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER, TIENE COMO PROPÓSITO HACER USO DE TODAS LAS HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS QUE EXISTEN ACTUALMENTE EN LA INTERNET Y POR ENDE, FORTALECER A TRAVÉS DEL MARKETING DIGITAL LAS MARCA DE LA ORGANIZACIÓN A NIVEL LOCAL.</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 57	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1



DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE  
LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA  
ODONTOLÓGICA IPS EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER

AUTOR:

BRANDON MARTÍNEZ SALAZAR

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías presentado para optar el

Título de Comunicador Social

Director:

JAVIER ANTONIO SARABIA ASCANIO

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS, EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Junio de 2017

## Índice

<b>Capítulo 1. Diseño de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la comunicación externa de la empresa Salud y Estética Clínica Odontológica IPS en Ocaña, Norte de Santander .....</b>	<b>1</b>
1. Descripción breve de la empresa.....	1
1.1.1 Misión.....	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia asignada.....	3
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	4
1.2.1 Planteamiento del problema.....	5
1.3 Objetivos de la pasantía.....	6
1.3.1 Objetivo general.....	6
1.3.2 Objetivos específicos.....	6
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa.....	7
 <b>Capítulo 2. Enfoque referencial.....</b>	 <b>8</b>
2.1 Enfoque conceptual.....	8
2.2 Enfoque legal.....	11
 <b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo .....</b>	 <b>25</b>
3.1 Presentación de resultados.....	25
 <b>Capítulo 4. Diagnóstico final.....</b>	 <b>39</b>
 <b>Capítulo 5. Conclusiones .....</b>	 <b>41</b>
 <b>Capítulo 6. Recomendaciones.....</b>	 <b>42</b>
 <b>Referencias.....</b>	 <b>43</b>
 <b>Apéndice .....</b>	 <b>45</b>

## Lista de figuras

Figura 1. Estructura organizacional .....	3
Figura 2. Ficha de observación de análisis situacional realizada el 10 de febrero de 2017.....	25
Figura 3. Guía de manejo de redes sociales en Internet.....	26
Figura 4. Redes sociales actualizadas: Facebook e Instagram .....	27
Figura 5. Plataforma de hosting en wordpress.....	28
Figura 6. Sitio web <a href="http://www.clinicaodontologicasaludyestetica.com">www.clinicaodontologicasaludyestetica.com</a> .....	29
Figura 7. Portafolio de servicios actualizados. ....	30
Figura 8. Doctor Carlos Cáceres.....	31
Figura 9. Doctor Julián Claro.....	31
Figura 10. Doctor Ricardo Durán. ....	32
Figura 11. Doctora Claudia Vergel.....	32
Figura 12. Doctora Eliana Claro.....	33
Figura 13. Doctora Francy Manrique.....	33
Figura 14. Doctora Mónica Claro .....	34
Figura 15. Doctora Victoria Peñaranda .....	34
Figura 16. Vídeo promocional de la empresa .....	35
Figura 17. Base de datos de los pacientes.....	36
Figura 18. Publicación del vídeo corporativo.....	37
Figura 19. Publicación de piezas gráficas.....	37
Figura 20. Publicación de misión y visión en marco de vidrio.....	44
Figura 21. Publicación del RUT y Cámara de Comercio en marco de vidrio. ....	44
Figura 22. Publicación de derechos y deberes de los pacientes en marco de vidrio.....	45

## Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA .....	4
Tabla 2. Actividades a desarrollar .....	7

## **Lista de apéndices**

Apéndice A. Fortalecimiento de comunicación a nivel interno .....	44
---	----

## Resumen

Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, es una empresa que se ha caracterizado por sus estándares de calidad, responsabilidad, compromiso y la mejor atención al usuario. A través del tiempo ha adquirido un fuerte reconocimiento en Ocaña y su provincia, logrando así marcar su buen nombre en los ciudadanos que durante años han sido clientes de la empresa. Esto ha sido el fruto del trabajo arduo, la dedicación y el emprendimiento por parte de la gerencia de la clínica.

Como organización ha contemplado la necesidad de posicionarse como marca, no obstante, se comenzaron a presentar dificultades en dicha tarea debido a que en su área de comunicaciones no había un profesional que se encargara de elaborar un plan de trabajo que ejecutara actividades de marketing digital y así mismo, pudiese crear estrategias cuyo fin es hacerla visible en toda la Internet.

Por esa razón se creyó conveniente poner en marcha estos procesos que enmarcan el mundo empresarial en la web. El objetivo de este plan de trabajo no es solamente posicionarse, sino también informar al público de manera responsable los servicios, quienes son los profesionales que laboran en la clínica y crear un espacio de atención al usuario.

Es importante reconocer que al desarrollar de forma oportuna y detallada esta estrategia, será posible alcanzar el branding de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS.

## Introducción

El presente trabajo se fundamenta en la intervención establecida sobre los procesos comunicativos llevados a cabo en Salud y Estética Clínica Odontológica IPS. Teniendo en cuenta los aspectos contextuales y conceptuales del trabajo, se realizará un análisis situacional de cómo se está desarrollando dentro de sus políticas el área de comunicaciones a nivel externo y su relación con el público. Los proyectos de este tipo tienden a transformar la manera en que algunas empresas ven su parte comunicativa. También establece el desarrollo de nuevas ideas, basadas en el marketing y el manejo de las plataformas donde se puede interactuar con los usuarios que hacen parte dentro y fuera de la organización.

Esta propuesta es la base de un plan estratégico, el cual se elaborará detenidamente en coordinación con la dirección general de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS. Cada detalle y aspecto relevante será analizado y ejecutado junto al profesional que tendrá en sus manos el poder de sacar adelante lo planteado en este trabajo. La organización posee algunas dificultades que se diagnosticarán formalmente y se le hallará la solución más pertinente en su caso. Es necesario servir de guía y proponer todas las alternativas que sean lo suficientemente viables para alcanzar cada uno de los objetivos en marcha.

Este diseño estratégico brindará todas las herramientas que estén a su alcance para lograr paso a paso el cumplimiento de las actividades en su totalidad, dejando así el mejor resultado.

# **Capítulo 1. Diseño de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la comunicación externa de la empresa Salud y Estética Clínica Odontológica IPS en Ocaña, Norte de Santander**

## **1.1 Descripción breve de la empresa**

La Clínica Odontológica Salud y Estética, es una IPS fundada en junio del 2008 dedicada a brindar servicios de salud oral, conformada por un equipo de profesionales y colaboradores idóneos que cuentan con una excelente infraestructura, equipos de última tecnología y ayudas diagnósticas, para garantizar un servicio de alta calidad a sus clientes.

Nacimos de la iniciativa de odontólogos que vieron la necesidad de integrar los servicios de odontología general y especializada en un mismo lugar, decidiendo ofrecer las mejores opciones en tratamientos con profesionales altamente capacitados y apoyados con equipos de alta tecnología.

Salud y Estética Clínica Odontológica IPS es una clínica integral de odontología dedicada a ofrecerle a usted el más completo portafolio de servicios odontológicos, tanto generales como especializados.

Nuestro equipo de profesionales pone en práctica los más exigentes controles de calidad en cada uno de los procesos, y toda la tecnología disponible permitiéndonos brindarles satisfacción total, atención oportuna, segura y la sonrisa que usted siempre quiso tener. (SYE, 2016)

**1.1.1 Misión.** En Salud y Estética Clínica Odontológica IPS estamos dedicados a prestar el servicio de odontología general y especializada contando con personal altamente calificado, fundamentados en el trabajo en equipo, principios y valores, que nos permiten prestar servicios de alta calidad y con una excelente atención a los habitantes de la provincia de Ocaña. (SYE, 2016)

**1.1.2 Visión.** Proyectarnos para el 2020 como la clínica odontológica de mayor reconocimiento y con la más amplia cobertura en Ocaña y su provincia, prestando un servicio integral de salud y estética dental en un mismo lugar, con altos estándares de calidad, idoneidad, alto nivel tecnológico, brindando así un servicio humanizado a nuestros clientes con responsabilidad social y propendiendo, por superar las expectativas de los pacientes. (SYE, 2016)

**1.1.3 Objetivos de la empresa.** El objetivo principal de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, es generarle bienestar a través de la prestación del mejor servicio de odontología, con destacados e idóneos profesionales, y una excelente calidad de servicio. . (SYE, 2016)

### 1.1.4 Descripción de la estructura organizacional



Figura 1. Estructura organizacional

**Fuente.** (SYE, 2016)

**1.1.5 Descripción de la dependencia asignada.** Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, cuenta actualmente con una oficina de comunicaciones que se encarga de gestionar todos los procesos de fortalecimiento a nivel externo de la organización. Esta oficina, en cabeza de la dirección general mantiene un convenio vigente con la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, mediante el acuerdo No. 17 – 016 de 2017, a fin de recibir estudiantes que lleven allí mismo su proceso práctico profesional.

## 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Para elaborar el diagnóstico de la dependencia asignada, se realizó un análisis descriptivo por medio de una matriz DOFA, que permitirá identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de los procesos que se desarrollan en Salud y Estética Clínica Odontológica.

Tabla 1.

*Matriz DOFA*

Fuente. Autor del proyecto

SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS		
	Fortalezas	Debilidades
Factores Internos	F1. Personal profesional capacitado. F2. Equipos de alta tecnología. F3. Cumple con los estándares de calidad.	D1. Carteleras desactualizadas. D2. Portafolio desactualizado. D3. Sitio Web y redes sociales inactivas.
Factores Externos		
Oportunidades	FO	DO
O1. Nuevos modelos de comunicación. O2. Entorno propicio para el desarrollo de publicidad referente a la empresa. O3. Actualización de los procesos ausentes.	1. Activar un plan de comunicación para el desarrollo de marketing digital de la empresa. (O1, O2, O3, F1, F3)	1. Fortalecer los medios externos que permitan actualizar los procesos ausentes de la empresa.. (O1, O2, D3)
Amenazas	FA	DA
A1. Desconocimiento de la comunidad sobre los procesos de la empresa. A2. Pérdida de la imagen corporativa. A3. Surgimiento de nuevas clínicas odontológicas.	1. Realizar actividades de mercadeo que permitan posicionar y fortalecer la imagen de la empresa a nivel local. (A1, A2, F1, F3)	1. Seguimiento a los procesos comunicativos empleados por la empresa. (A1, A2, D3)

**1.2.4 Planteamiento del problema.** Anteriormente las empresas y su relación con los medios de comunicación jugaban un papel fundamental en la difusión publicitaria para dar a conocer sus funciones, ofrecer su servicio o vender algún tipo de producto.

En la actualidad, parecen haber cambiado esos modelos convencionales (pero sin dejarlos a un lado) e incursionar en el mundo de la tecnología donde las redes sociales y el poder comunicativo de la Internet, nos facilita mucho más la comunicación e interacción con el público objetivo.

Es importante tener en cuenta estos nuevos modelos comunicativos que hoy por hoy representan una obligación para cualquier empresa u organización en el desarrollo de sus actividades y procesos. De modo, que es primordial avanzar en estas estrategias y poner en marcha nuevas ideas para llegar efectivamente a la gente.

El principal problema de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, es que, aunque anteriormente existía un sitio web ([www.saludyestetica.co](http://www.saludyestetica.co)) y algunas redes sociales como Facebook e Instagram, su manejo se encuentran desactualizado y, por ende, el abandono es muy evidente. Por eso, es importante implementar nuevas estrategias que le den un orden a lo que la empresa representa y fortalecer su reconocimiento a nivel local.

### **1.3 Objetivos de la pasantía**

**1.3.4 Objetivo general.** Diseñar una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la comunicación externa de la empresa Salud y Estética Clínica Odontológica IPS en Ocaña, Norte de Santander.

**1.3.5 Objetivos específicos.** Determinar y establecer los criterios sobre el manejo de las redes sociales y hosting para fortalecer la comunicación externa de la empresa.

Desarrollar el diseño del sitio Web y las redes sociales de la empresa.

Implementar el diseño de estrategia comunicativa en la empresa.

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

Tabla 2.

*Actividades a desarrollar*

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES
DISEÑAR UNA ESTRATEGIA COMUNCIATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA EMPRESA SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER	Determinar y establecer los criterios para el manejo de las redes sociales y hosting para fortalecer la comunicación externa de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Análisis situacional de la empresa.</li> <li>- Consultar los enfoques y criterios básicos del social media y estrategias comunicativas en internet.</li> </ul>
	Desarrollar el diseño del sitio web y las redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Actualización de las redes sociales.</li> <li>- Actualización de hosting y sitio web.</li> <li>- Actualización del portafolio digital de la empresa.</li> <li>- Implementación de piezas gráficas y audiovisuales</li> <li>- Creación de base de datos de los pacientes.</li> </ul>
	Implementar el diseño de la estrategia comunicativa en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo de la estrategia.</li> </ul>

## Capítulo 2. Enfoque referencial

### 2.1 Enfoque conceptual

Este proyecto representa una labor fundamental para el desarrollo publicitario y de fortalecimiento externo de Salud y Estética Clínica Odontológica Ips, entorno a la comunicación con sus clientes y la comunidad en general. De modo que es importante conocer los conceptos que fueron mayormente utilizados en la construcción de este trabajo.

**Sitio web:** Es un espacio virtual en Internet. Se constituye por un conjunto de páginas web, las cuales son accesibles a través de un mismo dominio o subdominio conocido como WWW (World Wide Web)

En Internet se pueden encontrar una infinidad de páginas o sitios web que logran diferenciarse con los diferentes temas a los cuales van enfocados y públicos a quienes interesa dirigirse. (Definicion.de, 2010)

**Hosting:** Es un sistema de alojamiento para poder almacenar información, imágenes, vídeos y todo tipo de contenido accesible en Internet. Funciona como hospedaje en la web el cuál desde un servidor y en un lugar específico, te permite utilizar herramientas particulares en tu sitio o dominio web, conocido como Cpanel. (Ajaxperu.com, 2015)

**Redes sociales:** Son páginas en internet que permiten que las personas logren conectarse con sus amigos o de por sí, hacer nuevas amistades. Estos sitios funcionan con el fin de

compartir opiniones o contenidos de cualquier tipo, según los intereses de las plataformas donde las personas accedan.

En la web existen infinitudes de redes sociales en las cuales las personas interactúan sobre diversos temas. (Infoalehp.wordpress.com, 2014)

**Estrategia:** Se trata de un plan que especifica una serie de pasos o conceptos, cuyo fin es alcanzar un objetivo. Esta misma dará cuenta de la forma de aplicar ciertos conocimientos a una situación concreta.

La implementación de una estrategia, en cualquier sentido, es una puesta en práctica de la inteligencia o raciocinio del ejecutante. (Definicion.mx, 2014)

**Estrategia de comunicación:** La estrategia de comunicación 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 la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Este periodo va a ser amplio -cuatro años por ejemplo-, y será operativizado por planes anuales que gradúen la consecución de los objetivos generales mediante objetivos específicos a más corto plazo, y establezca un calendario de actividades a desarrollar. Abarca un abanico muy amplio de aspectos y tareas que van desde la imagen corporativa hasta la gestión de medios, pasando por las relaciones públicas o la corrección de textos. En este apartado nos vamos a centrar en la gestión de medios. (Bolunta.org)

**Marketing:** Se refiere específicamente a todo aquello relacionado con el mercadeo o mercadotecnia. Tiene como fin analizar cómo se comportan los mercados y los consumidores. También analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Definicion.de, 2008)

**Marketing Virtual:** Se conoce como marketing virtual o cibermarketing. Este es aplicable al Internet y se encuentra dirigido a toda persona el mundo que tenga acceso a un ordenador y conexión a una red. En este marketing existen herramientas SEO que son las que permiten que las empresas alcancen una buena visibilidad y puedan vender mejor sus productos o servicios. (Definicion.de, 2008)

**Hashtag:** Es una etiqueta que se añade a una información concreta publicada en una red social. Siempre se escribe precedida de la almohadilla #, por ejemplo #edmusical. Se crean para unificar los tuits o fotos por temáticas, contextos, etc. Algunos hashtag son muy populares y llegan a ser "trending topic" en Twitter en algunos momentos puntuales. Lo importante es que cualquiera puede leer lo publicado en un hashtag independientemente de que siga o no a las personas que publican con dicha etiqueta. Esto es un servicio que ofrece Twitter, también Instagram y ahora Facebook, es tremendamente útil, no solo para seguir temáticas y publicaciones de otros sino para organizar y clasificar nuestras propias publicaciones en estas redes sociales. (Mariajesusmusica.com, 2013)

**Comunicación externa:** La comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. Para la organización que tiene su atención centrada en sus clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación: Recibir información sobre las variaciones en la dinámica del contexto socio-político y económico en que desarrolla su labor, para poder definir su estrategia y sus políticas; y proyectar sobre el ámbito social una imagen de empresa fundada en información sobre su dinámica interna y su acción objetiva sobre el medio social. Los interlocutores privilegiados de esa comunicación son los clientes, los proveedores, la opinión pública y el gobierno. (Anamoralesrosa.blogspot.com.co, 2009)

## 2.2 Enfoque legal

El diseño de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la comunicación externa de la empresa Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, se fundamenta en las siguientes leyes colombianas:

**Artículo 20 del Constitución Política de 1991:** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

**Artículo 61 de la Constitución Política de 1991:** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

**Políticas de tratamiento y protección de datos personales Salud y Estética Clínica Odontológica IPS.**

**I. Presentación**

De conformidad con lo dispuesto en la Ley 1581 de 2012 y su decreto reglamentario 1377 de 2013; mediante los cuales se dictan disposiciones para la protección de datos personales y en el desarrollo del derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar la información que se haya recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LIMITADA en calidad de responsable del tratamiento de los datos personales de sus grupos de interés conformado por los Pacientes, Trabajadores, Proveedores, Odontólogos, información que se ha obtenido en el desarrollo de su actividad misional de Prestar Servicios de Salud Oral, por lo cual se compromete con el cumplimiento de la normativa mencionada y la protección de los derechos de las personas e informa a su grupo de interés que adopta las siguientes políticas sobre recolección, tratamiento y uso de datos personales.

## II. Definiciones

- **Autorización:** Consentimiento previo, expreso e informado del Titular para llevar a cabo el Tratamiento de datos personales.
- **Base de Datos:** Conjunto organizado de datos personales que sea objeto de Tratamiento.
- **Dato personal:** Cualquier información vinculada o que pueda asociarse a una o a varias personas naturales determinadas o determinables.
- **Encargado del Tratamiento:** Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, realice el Tratamiento de datos personales por cuenta del Responsable del Tratamiento.
- **Responsable del Tratamiento:** Persona natural o jurídica, pública o privada, que por sí misma o en asocio con otros, decida sobre la base de datos y/o el Tratamiento de los datos.
- **Titular:** Persona natural cuyos datos personales sean objeto de Tratamiento.
- **Tratamiento:** Cualquier operación o conjunto de operaciones sobre datos personales, tales como la recolección, almacenamiento, uso, circulación o supresión.

### **III. Responsable del tratamiento de la base de datos**

SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LIMITADA, identificado con NIT 900261059-8, con domicilio en la ciudad de Ocaña, Carrera 12 No. 8-89, Correo Electrónico: clinicaodontologicasye@gmail.com, PBX 5626574, es la responsable del tratamiento de los datos obtenidos de sus diferentes grupos de interés.

### **IV. Almacenamiento de la base de datos**

SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, almacena sus bases de datos necesarios para la prestación de sus servicios e interacción con sus clientes, así como aquella requerida por el gobierno para el proceso de facturación y pago. En algunos casos, puede solicitar información adicional y sensible la cual es de libre y voluntaria entrega por parte del titular del dato. Una vez suministrados sus datos personales, de manera voluntaria y libre, los mismos son almacenados en la base de datos pertinente de acuerdo al servicio o producto adquirido.

Las bases de datos se encuentran en medio físico protegidos en un lugar seguro. Sólo personal autorizado que ha firmado acuerdos de confidencialidad de la información, puede acceder a él y por tanto a los datos personales de nuestros clientes y/o usuarios.

## **V. Política de tratamiento de datos**

SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, ha obtenido y conservado desde su creación, datos personales de sus grupos de interés, los cuales en adelante llamaremos titulares, los cuales son recolectados, almacenados, organizados, usados, transmitidos, actualizados, rectificados y en general administrados, de acuerdo con la respectiva relación y/o vinculación (civil, laboral, comercial) aplicando las siguientes políticas:

1. SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, ” está comprometida en dar un correcto uso y tratamiento de los datos personales de sus titulares, evitando el acceso no autorizado a terceros que permita conocer, vulnerar, modificar, divulgar y/o destruir la información, para lo cual cuenta con políticas de seguridad de la información.
2. SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, ” solicita a los titulares de la información los datos necesarios para administrar el riesgo en salud oral y dar cumplimiento a las funciones asignadas por la normativa vigente que regula el Sistema General de Seguridad Social en Salud.
3. Salvo las excepciones previstas en la ley, el tratamiento de los datos personales sólo podrá realizarse con el consentimiento previo, expreso e informado de sus titulares, manifestado por escrito, de forma oral o mediante conductas inequívocas del Titular que permitan concluir de forma razonable que otorgó la autorización.

4. SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, ” Solicitará a los Pacientes, Trabajadores, Proveedores, Odontólogos, los datos personales necesarios para establecer la respectiva relación y/o vinculación (civil, laboral, comercial). La información sensible requerida será de libre y voluntaria entrega por parte del respectivo Titular, quien deberá otorgar su consentimiento y autorización para su respectivo tratamiento.

5. SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, ” velará por el respeto y cumplimiento de los derechos fundamentales de los niños, niñas y Adolescentes, observando los requisitos especiales establecidos para el tratamiento de sus datos personales y datos personales sensibles.

6. SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA y las relaciones que tiene con los tipos de titulares de datos personales, presenta las siguientes finalidades:

6.1 El tratamiento de los datos personales proporcionados por los pacientes, tendrá la siguiente finalidad:

- Para la prestación de los servicios de Odontología General y Especializada de sus Pacientes y familiares.
- Actualización de datos entregados por el Titular.
- Entrega de reportes de Salud Pública de obligatorio cumplimiento
- Dar respuesta a requerimientos a entidades de control.
- Evaluación de indicadores de oportunidad y calidad de los servicios.

- Evaluación de la calidad de los productos y servicios de salud ofrecidos por la Clínica.
- Ejercer acciones legales y en la defensa de las mismas.
- Suministro de información a las autoridades competentes en caso de ser requerida.
- Conocer más a nuestros pacientes, su estado de salud oral, el entorno en el que viven, sus gustos.
- Enviarles por los diferentes canales de comunicación información comercial de los diferentes servicios que presta la clínica.
- En general para cualquier otra finalidad que se derive de la naturaleza jurídica de SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA.

6.2 El tratamiento de los datos personales proporcionados por los trabajadores tendrá la siguiente finalidad:

- Realización del proceso de selección de personal de acuerdo con su aptitud para su cargo o tarea.
- Establecer una relación contractual
- Ofrecerle oportunidades de capacitación.
- Evaluaciones de desempeño, satisfacción laboral, crecimiento personal, bienestar, seguridad y salud en el trabajo.

- Cumplir el proceso de afiliación al Sistema General de Seguridad Social Integral (Entidades Promotoras de Salud, Administradoras de riesgos laborales, Fondos de pensiones y cesantías, Caja de Compensación).
- Efectuar el proceso de Remuneración.
- Ejercer acciones legales y en la defensa de las mismas.
- Cumplir con exigencias judiciales.
- En general para cualquier otra finalidad que se derive de la vinculación contractual.

6.3 El tratamiento de los datos personales proporcionados por los proveedores de insumos y servicios, sean personas naturales o jurídicas, tendrá la siguiente finalidad:

- Realizar la vinculación contractual.
- Efectuar el reconocimiento económico por la prestación del servicio.
- Adquisición de insumos odontológicos para prestación del servicio.
- Suministro de información a las autoridades competentes en caso de ser requerida.

6.4 El tratamiento de los datos personales proporcionados por los odontólogos tendrá la siguiente finalidad:

- Realizar la vinculación contractual.
- Suministro de información a las autoridades competentes en caso de ser requerida.
- Ejercer acciones legales y en la defensa de las mismas

## **VI. Modificaciones a las políticas de tratamiento de datos personales**

SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, se reserva el derecho de modificar, en cualquier momento de manera unilateral, o cuando la ley lo ordene sus políticas y procedimientos de tratamiento de datos personales. Cualquier cambio será publicado a través de los medios que la IPS considere idóneos. Además, se conservarán las versiones anteriores de la presente políticas de tratamiento de datos personales. El uso continuo de los servicios o no desvinculación de los mismos por el titular del dato después de la notificación de los nuevos lineamientos constituye la aceptación de la misma.

## **VII. Deberes de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS**

Salud y estética clínica odontológica Ips Ltda reconoce que los datos personales son propiedad de los titulares de los mismos y que únicamente tales personas podrán decidir sobre estos:

1. Garantizar a los pacientes el pleno y efectivo derecho constitucional de habeas data.
2. Mantener la información en condiciones de seguridad y privacidad.
3. Hacer uso de la información para los fines misionales y previstos en la ley.
4. Tramitar de manera oportuna los reclamos que tengan los usuarios frente a la información consignada en la base de datos.
5. No vender, circular o intercambiar la base de datos de sus usuarios, sin causa legal o contractual que lo justifique.

6. Se debe conservar prueba del cumplimiento de la información suministrada al Titular, y cuando éste lo solicite, entregarle copia de esta.

7. Al momento de solicitar al Titular la autorización SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA deberá informar de manera clara y expresa lo siguiente:

- El Tratamiento al cual serán sometidos sus datos personales y la finalidad del mismo.
- El carácter facultativo de la respuesta a las preguntas que le sean hechas, cuando estas versen sobre datos sensibles o sobre los datos de las niñas, niños y adolescentes.
- Los derechos que le asisten como Titular.
- La identificación, dirección física o electrónica y teléfono del Responsable del Tratamiento.

8. El uso de los datos personales de los niños, niñas y adolescentes deberá cumplir con el requisito de responder y respetar los derechos prevalentes de este grupo poblacional, y sus derechos fundamentales.

9. El representante legal del niño, niña o adolescente otorgará la autorización para el tratamiento de los datos personales del menor.

### **VIII. Derechos de los titulares**

De conformidad con el artículo 8 de la ley 1581 de 2012, el Titular de los datos personales tendrá los siguientes derechos:

- Conocer, actualizar y rectificar sus datos personales que aparezcan en la misma. Este derecho se podrá ejercer, entre otros frente a datos parciales, inexactos, incompletos, fraccionados, que induzcan a error, o aquellos cuyo tratamiento esté expresamente prohibido o no haya sido autorizado.
- Revocar la autorización y/o solicitar la supresión del dato cuando en el tratamiento no se respeten los principios, derechos y garantías constitucionales y legales. La revocatoria y/o supresión procederá cuando la Superintendencia de Industria y Comercio haya determinado que en el tratamiento el responsable o encargado han incurrido en conductas contrarias a esta ley y a la constitución.
- Presentar quejas ante la Superintendencia de Industria y Comercio, cuando considere que le ha sido violado por parte de SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, su derecho al Habeas Data.
- Solicitar prueba de la autorización otorgada a SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, como responsable del tratamiento salvo cuando

expresamente se exceptúe como requisito para el tratamiento, de conformidad con lo previsto en el artículo 10 de la Ley 1581 de 2012.

- Acceder en forma gratuita a sus datos personales que hayan sido objeto de Tratamiento

### **IX. Casos que no requieren autorización para el tratamiento de datos**

La autorización del Titular no será necesaria cuando se trate de:

- Información requerida por una entidad pública o administrativa en ejercicio de sus funciones legales o por orden judicial.
- Datos de naturaleza pública.
- Casos de urgencia médica o sanitaria.
- Tratamiento de información autorizado por la ley para fines históricos, estadísticos o científicos.
- Datos relacionados con el Registro Civil de las Personas.

### **X. Entrega de información**

La información que reúna las condiciones establecidas en el Art. 13 de la Ley 1581 de 2012, podrá suministrarse a las siguientes personas:

- A los Titulares, sus causahabientes o sus representantes legales.
- A las entidades públicas o administrativas en ejercicio de sus funciones legales o por orden judicial.
- A los terceros autorizados por el Titular o por la ley

## **XI. Área responsable de la atención de peticiones, consultas y reclamos**

El área responsable de la atención de peticiones, consultas y reclamos será la Administración de SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA, la cual una vez reciba la solicitud de acuerdo con el capítulo siguiente la remitirá al área responsable del tratamiento de los datos.

## **XII. Atención de peticiones, consultas y reclamos**

Para la recepción de peticiones, consultas, reclamos, quejas o para el ejercicio de los derechos como usuario o cliente, puede comunicarse a través de cualquiera de los canales de Atención al Cliente que SALUD Y ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA tiene dispuestos y se atenderán en los tiempos establecidos por la Ley 1581.

### **XIII. Vigencia**

La presente política rige a partir de agosto de 2016 fecha de su publicación y La vigencia de las bases de datos será el tiempo razonable y necesario para cumplir las finalidades del tratamiento de los datos de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 11 del Decreto 1377 de 2013.

## Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1 Presentación de resultados

Objetivo específico 1. Determinar y establecer los criterios para el manejo de las redes sociales y hosting para fortalecer la comunicación externa de la empresa.

Actividad 1: Análisis situacional de la empresa.

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE ANÁLISIS SITUACIONAL**

Fecha: 10 de febrero de 2017

**ASPECTOS A OBSERVAR:**

1. SITIO WEB Y REDES SOCIALES:

	EXISTE	NO EXISTE	EXISTE EN ABANDONO
FACEBOOK			✓
INSTAGRAM			✓
TWITTER			✓
PÁGINA WEB			✓

Descripción de aspectos relevantes del desempeño:  
*Las plataformas digitales de la empresa no tienen actividad alguna y se encuentran totalmente desactualizadas.*

2. DESARROLLO DE ESTRATEGIAS:

	SI	NO	NO SE OBSERVA
¿Se han realizado piezas publicitarias sobre la empresa?	✓		
¿La clínica odontológica posee algún material audiovisual comercial?	✓		
¿Cuenta la empresa con actualizaciones en su portafolio de servicios?		✓	
¿Cuenta la empresa con un profesional en comunicaciones encargado en desarrollar estrategias a nivel externo?		✓	
¿Se ha hecho una base de datos sobre los clientes activos e inactivos dela empresa?		✓	
¿Se mantiene la página web bajo actualizaciones?		✓	

Descripción de aspectos relevantes del desempeño:  
*El desempeño en el desarrollo de estrategias es muy bajo, se deben fortalecer estos procesos de comunicación.*

Figura 2. Ficha de observación de análisis situacional realizada el 10 de febrero de 2017 – Autor del proyecto

Por medio de esta ficha de observación estableció la existencia de las plataformas de la empresa, su abandono, desactualización y que tiene de estrategias se han desarrollado en la misma.

Se hicieron descripciones sobre los aspectos relevantes de su desempeño.

Actividad 2: Consultar los enfoques y criterios básicos del social media y estrategias comunicativas en Internet.



Figura 3. Guía de manejo de redes sociales en Internet – Portal.oas.org

Se consultó esta guía con fin de conocer un poco más a profundidad como deben manejarse las redes sociales. De modo, que se tuvieron en cuenta algunas pautas para el desarrollo del plan de trabajo en la Salud y Estética Clínica Odontológica IPS.

Tener en cuenta este tipo de material bibliográfico es importante, ya que nos muestra o más bien, nos enseña como las características, tipos y funciones de las redes sociales en Internet. Así mismo nos da las guías para manejarlas y como posicionarlas en la red

Objetivo específico 2: Desarrollar el diseño del sitio web y las redes sociales.

Actividad 1: Actualización de las redes sociales.



Figura 4. Redes sociales actualizadas: Facebook e Instagram - Autor del proyecto

En Salud y Estética Clínica Odontológica existían unas redes sociales con anterioridad como Facebook e Instagram. Sin embargo, no había un profesional de apoyo que se encargara de facilitar los procesos de desarrollo de las mismas y de qué forma posicionarlas en Internet. Por ende, dichas cuentas quedaron en abandono y perdieron todo tipo de actividad.

Cuando se empezó a llevar a cabo este proceso, se optó por crear unas nuevas y eliminar las que ya existían. Se hicieron los ajustes pertinentes a la empresa, consiguiendo en Facebook más de 200 seguidores y en Instagram casi 700. No se tuvo en cuenta la red social Twitter por criterios y sugerencias del gerente de la empresa.

Cabe resaltar que el resultado más importante de esta actividad fue conseguir una insignia de verificación en Facebook.

## Actividad 2: Actualización de hosting y sitio web.

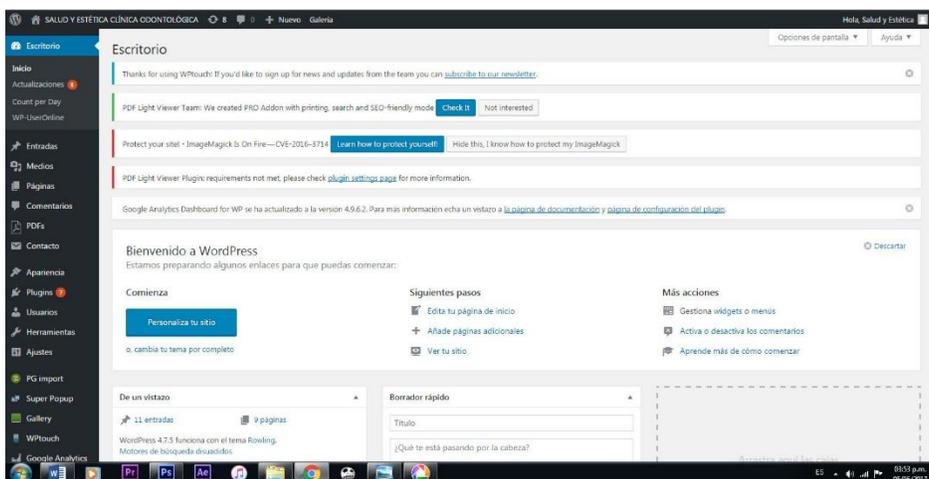


Figura 5. Plataforma de hosting en wordpress - Autor del proyecto



Figura 6. Sitio web [www.clinicaodontologicasaludyestetica.com](http://www.clinicaodontologicasaludyestetica.com) - Autor del proyecto

En esta actividad lo que hizo fue desarrollar el sitio web. Primero se compró el dominio y el hosting por el período de un año. Luego se llevó a cabo la instalación del wordpress en el hosting para trabajar sobre esa plataforma.

Ya teniendo el wordpress instalado se procedió diseñar toda la página como tal: plantilla, activación de plugins, diseño de imagen, creación de páginas y subpáginas, diseño del banner, publicación de post, etc.

Una desventaja de esta actividad es que cuando se compró el dominio la página por criterios propios de la empresa se le optó por colocar el nombre que actualmente tiene, pues para muchas personas resultará ser muy largo y sería un obstáculo para el desarrollo publicitario. La sugerencia para un futuro es optar por un nombre más corto y estratégico.

### Actividad 3: Actualización del portafolio digital de la empresa.



Figura 7. Portafolio de servicios actualizado - Autor del proyecto

Anteriormente existía un portafolio realizado por uno de los odontólogos de la clínica. Dicho portafolio carecía de diseño de imagen, tenía errores ortográficos y se había hecho sobre Power Point.

La idea fue actualizarlo y mejorarle su imagen para el público. Dando uso de la herramienta Photoshop se hizo el nuevo portafolio con toda la respectiva información de la empresa.

## Actividad 4: Implementación de piezas gráficas y audiovisuales.



Figura 8. Doctor Carlos Cáceres – Autor del proyecto



Figura 9. Doctor Julián Claro – Autor del proyecto



Figura 10. Doctor Ricardo Durán – Autor del proyecto



Figura 11. Doctor Claudia Vergel – Autor del proyecto



Figura 12. Doctora Eliana Claro – Autor del proyecto



Figura 13. Doctora Francy Manrique – Autor del proyecto



Figura 14. Doctora Mónica Claro – Autor del proyecto



Figura 15. Doctora Victoria Peñaranda – Autor del proyecto



Figura 16. Vídeo promocional de la empresa – Autor del proyecto

En esta actividad se ejecutó todo el proceso gráfico y audiovisual que posteriormente sería publicado en las redes sociales y la página. Durante el desarrollo de este trabajo se tomaron fotografías, se hicieron vídeos y se desarrolló un trabajo de producción y post producción.

Este trabajo sirvió fuertemente para alcanzar más público en las redes sociales y de la misma manera, hacer que los clientes encontraran la empresa en el Internet, haciendo contacto con nosotros para preguntar sobre los servicios que se ofrecen en Salud y Estética Odontológica IPS.

## Actividad 5: Creación de base de datos de los pacientes.

The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet titled 'PACIENTES - Excel (Error de activación de productos)'. The spreadsheet is organized into a table with the following columns: 'Cedula', 'Nombre y Apellidos', 'Activo', 'Inactivo', 'Telefono', 'Telefono', and 'Doctor Responsabil'. The data rows are blurred, but the structure is visible. The spreadsheet is displayed in the 'DISEÑO' (Design) tab of the Excel ribbon. The status bar at the bottom shows 'PROMEDIO: 1', 'RECuento: 4881', and 'SUMA: 1'. The system tray at the bottom right shows the date and time as '04:48 p.m. 05/06/2017'.

Figura 17. Base de datos de los pacientes – Autor del proyecto

Aquí se realizó un recuento de todos los pacientes de la empresa: activos e inactivos. Activos se pudieron establecer 2808 pacientes e inactivos unos 2062. Dando como resultado 4882 personas que han asistido a la clínica para servicios odontológicos generales y especializados.

Esta base de datos nos sirvió para mantener contacto con los clientes y organizar de manera más adecuada su información. A partir de esta actividad se establecieron unas políticas de protección de datos personales, las cuales se encuentran actualmente en el sitio web de la clínica.

Objetivo específico 3: Implementar el diseño de la estrategia comunicativa en la empresa.

Actividad 1: Desarrollo de la estrategia.



Figura 18. Publicación del vídeo corporativo – Autor del proyecto

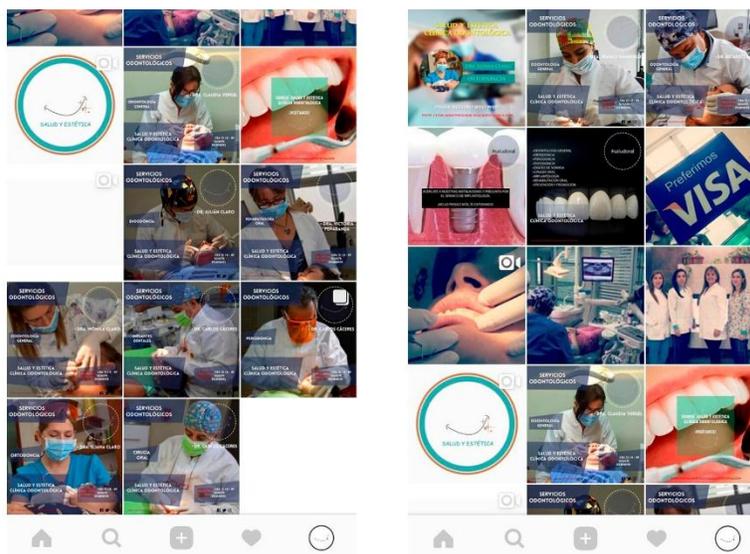


Figura 19. Publicación de piezas gráficas – Autor del proyecto

Para dar cumplimiento al objetivo final de este plan de trabajo, se publicó el vídeo corporativo realizado durante los cuatro meses de la pasantía. En esta publicación del vídeo se dan a conocer datos relevantes de la empresa y así mismo, se promociona el sitio web para que los clientes accedan a toda la información de la clínica.

En cuanto a las piezas gráficas como estrategia de comunicación externa, fue un proceso que se llevó a cabo durante las 16 semanas y se fueron realizando las publicaciones de dichas imágenes. Con esto se finaliza la pasantía en Salud y Estética Clínica Odontológica, dejando de la igual forma un camino para los próximos estudiantes que vayan a realizar sus prácticas o pasantías allí.

Por último, cada detalle de los trabajos hechos en la empresa fue coordinado junto a la dirección general que se mantuvo al tanto de las actividades propuestas y dio vía libre a lo planteado. Así se pudo lograr con efectividad cada paso.

## Capítulo 4. Diagnóstico final

En el cumplimiento de mi pasantía en Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, y como futuro profesional, podría decir que resultó ser lo suficientemente satisfactoria para este proceso de aprendizaje práctico y ejecución de mis conocimientos adquiridos durante la carrera. Más que una labor académica como requisito para recibir el título de Comunicador Social, es una experiencia que deja muchos aspectos a mejorar y resaltar.

En este plan de trabajo que opté por implementar y el cuál fue aprobado, que de por sí ha llegado a su final, se cumplió en su totalidad. Con las actualizaciones y manejos de la página web y las redes sociales se ha abierto un espacio necesario para la clínica, puesto que se implementó lo que hoy mueve el mundo: la conectividad entre los usuarios y la marca. Siendo así un paso para que las organizaciones o empresas le den más viabilidad a estos procesos y entiendan lo fundamental que es el desarrollo de la comunicación corporativa.

Diseñar y producir piezas gráficas y audiovisuales requiere no solamente de planificación, sino también de ser creativo y hacer que la marca se posicione, visualizando su imagen de una forma diferente a las demás. En estos temas fuimos bastantes detallistas y nos tomamos el tiempo necesario para que se realizara de tal manera.

Conforme a lo establecido la comunicación externa de la clínica ha mejorado y está en pie la idea de seguir avanzando en materia comunicativa para que la identidad del lugar no se pierda, si se mantienen vigentes estos trabajos

Durante del desarrollo de las actividades que consistió en el desarrollo de elementos gráficos y en formato vídeo, lo que se hizo fue dar uso de las herramientas a la mano y los conocimientos adquiridos en proceso académico. Lo anteriormente dicho, fueron las bases del plan de trabajo propuesto en la pasantía.

Para finalizar y teniendo en cuenta el análisis situacional realizado en la matriz dofa al inicio del trabajo, se podría afirmar que se aprovecharon las oportunidades, se fortalecieron las debilidades y se mitigaron las amenazas encontradas.

## Capítulo 5. Conclusiones

Aportar todos los conocimientos adquiridos en la carrera a una organización es una cuestión de compromiso y esfuerzo, ya que esas dos últimas palabras son claves para hacer un trabajo efectivo y dejar los mejores resultados. Desde el principio fue lo que se buscó con este plan de trabajo, no sólo dejar ver el talento o habilidad en determinadas áreas sino también realizar las actividades con entusiasmo, dedicación y creatividad.

Direccionar los procesos comunicativos es fundamental en cualquier Comunicador Social, pues debe demostrar su competencia profesional en los campos donde se vaya a desarrollar. Debe orientar cada problema y así mismo, hallarle las soluciones que mitiguen los efectos que pueda causarle a la empresa u organización. El compromiso, como se mencionó en la primera línea de este texto, es prioritario. No hay éxito sin compromiso, no se marca un precedente sino se tiene claro el tiempo y la constancia para dedicarle a un proyecto.

Se recibió el apoyo de la organización, la misma que dio ánimos para seguir adelante con las actividades y poder dar lo mejor de sí en pro de quienes trabajan en Salud y Estética Clínica Odontológica IPS. Hubo necesidades que debían ser atendidas y a las que se les hicieron un análisis, un diagnóstico, un pronóstico y por último, un remedio para evitar un problema a largo plazo.

Sin duda alguna se cumplió felizmente con los objetivos planteados, dejando como resultado un trabajo interesante que serviría de referencia para futuros pasantes.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Los medios alternativos expresados a través de sitios web y redes sociales deben ser de suma importancia para la comunicación de Salud y Estética Clínica Odontológica IPS con sus clientes. Estos espacios de interacción y de difusión de la información representan la nueva forma de llevar a cabo procesos comunicativos en los cuales se muestren los avances laborales de la empresa, las estrategias a implementar, qué puede ofrecer a su público y la manera en que fidelizará a sus pacientes.

De modo, la principal recomendación para la clínica es seguir fortaleciendo su comunicación externa a través de estos planes de trabajo. Ya se detectó un problema, que fue fundamentado por el abandono y desactualización de sus redes. Se le dio una solución, la misma que debe seguir vigente terminado este proyecto.

Si el área de comunicaciones de la organización está en manos de un profesional, se beneficiará su imagen pública y sus estrategias corporativas ayudarán a que se posicione en el contexto local, convirtiéndola en la mejor clínica odontológica.

Para finalizar, Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, ha adquirido una insignia de verificación por parte del departamento de Facebook, gracias al buen desempeño realizado durante estos cuatro meses, insignia que se recomienda mantener a través de la producción de contenidos, ya que si se abandona la actividad de la página podría perderla.

## Referencias

AJAX PERÚ (2015). *¿Qué es hosting?* Recuperado de <http://www.ajaxperu.com/hosting/que-es-hosting>

ALCALDIA DE BOGOTA (2012). *Artículo 8 de la ley 1581 de 2012*. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981>

ALCALDIA DE BOGOTA (2012). *Artículo 13 de la ley 1581 de 2012*. Recuperado de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981>

ANA MORALES ROSAS (2009). *Comunicación externa y sus funciones*. Recuperado de <http://anamoralesrosas.blogspot.com.co/2009/09/comunicacion-externa-y-sus-funciones.html>

BOLUNTA (2009) *La estrategia de comunicación: definición y aspectos*. Recuperado de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>

DEFINICIÓN DE (2010). *Definición de sitio Web*. Recuperado de <http://definicion.de/sitio-web/>

DEFINICIÓN DE (2008). *Definición de marketing*. Recuperado de <http://definicion.de/marketing/>

DEFINICIÓN DE (2008). *Marketing Virtual*. Recuperado de <http://definicion.de/marketing/>

DEFINICIÓN (2014). *Definición de estrategia*. Recuperado de <https://definicion.mx/estrategia/>

Info ALEPH (2014). *¿Qué son y para qué sirven las redes sociales?* Recuperado de <https://infoaleph.wordpress.com/2010/04/14/%C2%BFque-son-y-para-que-sirven-las-redes-sociales/>

MARIA JESÚS MÚSICA (2013). *¿Qué es un "Hashtag"? ¿Para qué se utiliza en Twitter y Facebook?*

Recuperado de <http://www.mariajesusmusica.com/inicio/qu-es-un-hashtag-para-qu-se-utilizan-en-twitter-y-facebook>

MINISTERIO DE LAS TIC (2013). *Artículo 11 del Decreto 1377 de 2013*. Recuperado de

[https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4274\\_documento.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-4274_documento.pdf)

ORGANIZACIÓN DE LOS ESTADOS AMERICANOS. (2009). *Guía de manejo de redes*

*sociales en Internet*. Recuperado de <http://www.portal.oas.org>.

Republica, C. d. (1991). *Contitucion politica de colombia, Artículo 20*. Recuperado de

<http://www.constitucioncolombia.com/>

Republica, C. d. (1991). *Contitucion politica de colombia, Artículo 61.*. Recuperado de

<http://www.constitucioncolombia.com/>

SYE (2016). *Portafolio de Servicios*. Recuperado de <http://www.saludyestética.co/servicios>

# Apéndice

## Apéndice A. Fortalecimiento de comunicación a nivel interno

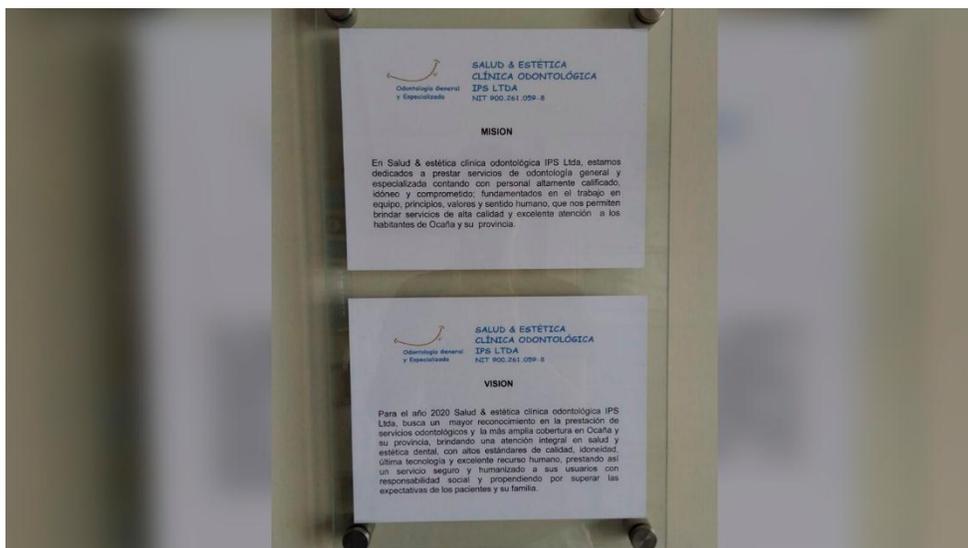


Figura 20. Publicación de misión y visión en marco de vidrio— Autor del proyecto



Figura 21. Publicación de RUT y Cámara de Comercio en marco de vidrio – Autor del proyecto

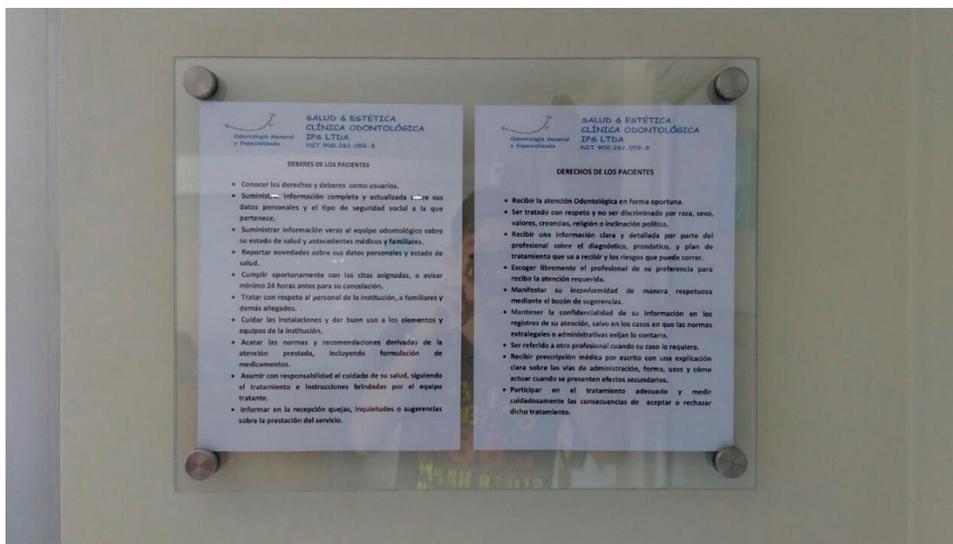


Figura 22. Publicación de derechos y deberes de los pacientes en marco de vidrio– Autor del proyecto

Durante una visita realizada por el Ministerio de Salud se establecieron algunas falencias a nivel interno de la organización, por lo cual se hicieron algunas observaciones para mejorar los estándares de calidad y servicio de la clínica.

Unas de esas observaciones fueron las comunicaciones internas y políticas de los pacientes. De modo, que se procedió a diseñar las publicaciones al respecto y enmarcarlas en vidrio, dando así cumplimiento al protocolo sugerido por el Ministerio.

Estas piezas gráficas sirven de gran ayuda tanto para el paciente como para quienes laboran en Salud y Estética Clínica Odontológica IPS, así mismo, se mantiene informado sobre aspectos relevantes que se deben tener en cuenta dentro y fuera de la misma organización.