

| | | | | |
|---|---|-------------------|---------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A | |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | i(112) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | | | |
|---|---|----------------|---------|
| AUTORES | ISABEL CRISTINA MANZANO CARRASCAL | | |
| FACULTAD | FACULTAD DE EDUCACION ARTES Y HUMANIDADES | | |
| PLAN DE ESTUDIOS | COMUNICACION SOCIAL | | |
| DIRECTOR | CARLOS ADRIAN JESUS SANCHEZ GARCIA | | |
| TÍTULO DE LA TESIS | DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION EXTERNA PARA LA CLINICA ODONTOLOGICA SALUD & ESTETICA DE OCAÑA | | |
| RESUMEN (70 palabras aproximadamente) | | | |
| <p>EL TRABAJO DE GRADO EN LA MODALIDAD PASANTIAS TUVO COMO OBJETIVO DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACION EXTERNA PARA LA CLINICA ODONTOLOGICA SALUD & ESTETICA DE OCAÑA, QUE PERMITIERA VISIBILIZAR SU IMAGEN Y FORTALECER SU INTERACCION CON LOS USUARIOS. POR ESA RAZON SE PUSO EN MARCHA EL DESARROLLO DE VARIAS ACTIVIDADES QUE CONTRIBUYERON SATISFACTORIAMENTE A LA APLICACION DE LAS ESTRATEGIAS PLANTEADAS, QUE LOGRARON INFORMAR AL PUBLICO SOBRE SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS.</p> | | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| PAGINAS: 112 | 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

DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA PARA LA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA SALUD & ESTÉTICA DE OCAÑA

Autor:

ISABEL CRISTINA MANZANO CARRASCAL

Trabajo de grado presentando como requisito para optar el título de Comunicador Social

Director:

CARLOS ADRIÁN JESÚS SÁNCHEZ GARCÍA

Comunicador Social - Periodista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Septiembre de 2020

Índice

| | Pág. |
|---|-----------|
| Capítulo 1. Desarrollo de una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña..... | 1 |
| 1.1 SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica IPS Ltda. | 1 |
| 1.1.1 Misión de SALUD & ESTÉTICA. | 2 |
| 1.1.2 Visión de SALUD & ESTÉTICA. | 2 |
| 1.1.3 Objetivos de SALUD & ESTÉTICA. | 2 |
| 1.1.4 Estructura organizacional. | 3 |
| 1.1.5 Descripción de la dependencia. | 4 |
| 1.2 Diagnóstico inicial. | 4 |
| 1.2.1 Planteamiento del problema. | 6 |
| 1.3 Objetivos de la pasantía. | 7 |
| 1.3.1 General. | 7 |
| 1.3.2 Específicos. | 7 |
| 1.4 Actividades a desarrollar. | 8 |
| | |
| Capítulo 2. Enfoque referencial | 9 |
| 2.1 Enfoque conceptual. | 9 |
| 2.2 Enfoque legal. | 11 |
| 2.2.1 Constitución Política de 1991, Artículo 20. | 11 |
| 2.2.2 Ley 1341 de 2009. | 11 |
| 2.2.3 Ley 1887 de 2018. | 12 |
| 2.2.4 Ley 153 de 2018. | 12 |
| 2.2.5 Ley 1978 de 2019. | 12 |
| | |
| Capítulo 3. Informe cumplimiento de trabajo | 13 |
| 3.1 Presentación de resultados. | 13 |
| 3.1.1 Objetivo específico 1. Realizar un diagnóstico inicial sobre el manejo de la comunicación externa en SALUD & ESTÉTICA. | 13 |
| 3.1.2 Objetivo específico 2. Diseñar una estrategia de comunicación externa en la clínica. | 20 |

| | | |
|--------------------|--|-----------|
| 3.1.3 | Objetivo específico 3. Implementar las actividades propuestas a la organización, para la mejora de la comunicación externa. | 31 |
| 3.2 | Actividades complementarias. | 48 |
| Capítulo 4. | Diagnóstico final | 49 |
| Capítulo 5. | Conclusiones | 52 |
| Capítulo 6. | Recomendaciones | 53 |
| Referencias | | 55 |
| Apéndice | | 57 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Matriz DOFA | 6 |
| Tabla 2. Actividades a desarrollar en el proyecto | 8 |
| Tabla 3. Modelo de la entrevista aplicada al personal interno..... | 14 |
| Tabla 4. Modelo de la entrevista aplicada al personal externo | 15 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. SALUD & ESTÉTICA- Organigrama de la clínica (2020). | 3 |
| Figura 2. Reporte actual de la comunicación en redes sociales de la clínica odontológica salud & estética..... | 19 |
| Figura 3. Protector de pantalla diseñado para el fortalecimiento de la identidad. | 21 |
| Figura 4. Folletos diseñados para el fortalecimiento de la identidad..... | 22 |
| Figura 5. Volante de presentación de los servicios de la clínica. | 23 |
| Figura 6. Volante de reconcomiendo del día de la mujer.. | 23 |
| Figura 7. Cartel informativo para las instalaciones de la clínica, sobre los cumpleaños de los empleados.. | 24 |
| Figura 8. Carteles informativos ubicados dentro de la empresa. | 24 |
| Figura 9. Carteles alusivos a la visión y visión de la clínica. | 24 |
| Figura 10. Carteles informativos dirigidos a los clientes..... | 25 |
| Figura 11. Cartel informativo dirigido a los empleados y pacientes.. | 25 |
| Figura 12. Carteles educativos..... | 26 |
| Figura 13. Contenidos emitidos para atraer el público.. | 28 |
| Figura 14. Interacción e impacto de los contenidos emitidos durante el desarrollo de la pasantía. | 29 |
| Figura 15. Primeros avances de la página web diseñada para la clínica..... | 32 |
| Figura 16. Primeros avances de la página web diseñada para la clínica..... | 33 |
| Figura 17. Segundos avances de la página web diseñada para la clínica. | 34 |
| Figura 18. Tercera parte de los avances de la página web..... | 35 |
| Figura 19. Cuarta parte de los avances de la página web. | 36 |

| | |
|--|----|
| Figura 20. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías..... | 38 |
| Figura 21. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías..... | 39 |
| Figura 22. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías..... | 40 |
| Figura 23. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías..... | 41 |
| Figura 24. Promociones a tratamientos..... | 42 |
| Figura 25. Promociones a tratamientos del 30%..... | 42 |
| Figura 26. Promociones a tratamientos del 20%..... | 43 |
| Figura 27. Promoción del 20% a prótesis dentales..... | 44 |
| Figura 28. Promociones a tratamientos del 15%..... | 45 |
| Figura 29. Promociones a tratamientos del 30%..... | 46 |
| Figura 30. Presentación de los resultados socializados..... | 47 |

Lista de apéndices

| | |
|--|-----|
| Apéndice A. Oficio de solicitud para agendar reunión con el comunicador social de la clínica odontológica, Salud & Estética..... | 58 |
| Apéndice B. Entrevistas aplicadas al personal interno y externo | 59 |
| Apéndice C. Documento emitido a la gerencia sobre los requisitos necesarios para el portal web..... | 80 |
| Apéndice D. Evidencia fotográfica de la contratación del ingeniero para el diseño de la página web..... | 82 |
| Apéndice E. Cronograma diseñado para la ejecución de las actividades | 83 |
| Apéndice F. Documento emitido sobre la correcciones de realizadas de los avances de la página web..... | 84 |
| Apéndice G. Evidencias fotográficas de la entrega de piezas gráficas y respuestas de los usuarios a las publicaciones | 87 |
| Apéndice H. Evidencia fotográfica de la entrega del material suministrado para el entretenimiento de los pacientes | 90 |
| Apéndice I. Evidencia de la socialización de los resultados con el comunicador | 91 |
| Apéndice J. Evidencia fotográfica de la elaboración Carteleras informativas campañas internas..... | 93 |
| Apéndice K. Acompañamiento de campañas internas..... | 94 |
| Apéndice L. Actualización de documentos corporativos. | 97 |
| Apéndice M. Actualización e impresión de tarifas..... | 98 |
| Apéndice N. Tabla en Word con contraseñas..... | 99 |
| Apéndice O. Factura de la Compra de material para papelería. | 100 |

Resumen

El siguiente trabajo de grado en la modalidad de pasantías tuvo como objetivo desarrollar una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña, que permita visibilizar su imagen y fortalecer su interacción con los usuarios.

Por esa razón se puso en marcha el desarrollo de varias actividades que permitieron desarrollar satisfactoriamente la estrategia planteada, que lograron informar al público de manera responsable los productos y servicios que se ofertan en la organización, dar a conocer quiénes son los profesionales que laboran en la clínica y crear un espacio de interacción con los usuarios.

Introducción

El trabajo de grado presentado a continuación, bajo la modalidad de pasantía, tuvo como objetivo general, desarrollar una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña, que permita visibilizar su imagen y fortalecer su interacción con los usuarios, durante el primer semestre del año 2020.

Está compuesto por el capítulo número uno, en el que se da a conocer detalladamente las actividades realizadas desde el inicio de la pasantía, hasta lo que va del segundo semestre académico del presente año, la información necesaria de la organización y las actividades que se realizaron en toda el trabajo como pasante, permitieron aplicar los conocimientos adquiridos en la universidad. De la misma manera, se describen algunos aspectos generales importantes como la misión, visión, valores, organigrama y dependencias de la organización, con el objetivo de ubicar y contextualizar al lector sobre el trabajo realizado.

Cabe destacar que la pasantía está enmarcada en el desarrollo y en la generación de canales de comunicación, crear e implementar estrategias que respalden a la organización en el logro de sus objetivos, fortalecer el clima organizacional e implementar nuevos medios alternativos de comunicación.

Capítulo 1. Desarrollo de una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña

1.1 SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica IPS Ltda.

SALUD & ESTÉTICA, es una clínica integral de odontología dedicada a brindar servicios de salud oral, conformada desde el año 2008 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 todos sus usuarios.

Esta organización nació de la iniciativa de odontólogos que vieron la necesidad de integrar los servicios de odontología general y especializada en un mismo lugar, para ofrecer las mejores opciones en tratamientos con excelentes planes de financiación, entre los que se encuentran: ortodoncia, estética dental, periodoncia, endodoncia, implantología, rehabilitación oral, radiología oral, entre otros.

Por más de 27 años ha puesto en práctica los más exigentes controles de calidad en cada uno de los procesos y toda la tecnología disponible para brindar una atención segura y oportuna, que permita garantizar excelentes resultados.

“Nos encanta superar las expectativas en cada proceso para que nuestros clientes deslumbren con su sonrisa” (SALUD&ESTÉTICA, 2020).

1.1.1 Misión de SALUD & ESTÉTICA. Prestar servicios de odontología general y especializada de alta calidad y con excelente atención a todos nuestros pacientes, fundamentados en el trabajo en equipo, principios, valores y sentido humano, contando con personal altamente calificado, idóneo y comprometido, logrando así la satisfacción y seguridad en todos los procedimientos. (SALUD&ESTÉTICA, 2020).

1.1.2 Visión de SALUD & ESTÉTICA. Ser reconocidos durante los próximos cinco años como unas de las mejores clínicas odontológicas de la región y el país, ofreciendo un servicio seguro y humanizado con responsabilidad social y excelente calidad; soportado en la educación continua y permanente de nuestros profesionales. (SALUD&ESTÉTICA, 2020).

1.1.3 Objetivos de SALUD & ESTÉTICA

Ética profesional: Servir a la sociedad con el mayor respeto, para brindar soluciones odontológicas de manera responsable, eficientes y de alta calidad.

Trabajo en equipo: Trabajamos en equipo como profesionales, nos brindamos apoyo y soporte para garantizar el éxito en cada tratamiento realizado y así lograr la satisfacción de nuestros clientes.

Calidad y excelencia: Contamos con profesionales egresados de las mejores universidades en cada área ofrecida en nuestra clínica, con capacitaciones constantes para ofrecer permanentemente calidad e innovación. (SALUD&ESTÉTICA, 2020).

1.1.4 Estructura organizacional. La estructura organizacional de SALUD & ESTÉTICA, presenta una organización fraccionada en varias áreas, entre las que se destacan la administrativa, operativa y comercial. Cada una de ellas representada por un color que permite identificar con mayor facilidad la jerarquía que existe entre el personal.

Su definición se realiza de acuerdo a lo establecido en el libro "Organización de Empresas" del autor Enrique B. Franklin quien nos permite concluir que el organigrama de la Clínica por su naturaleza es microadministrativo, ya que corresponde a una sola organización, y podemos referirnos a ella en forma global o mencionar alguna de las áreas que la conforman. Por su ámbito hace parte de los generales, suministrando información representativa de la organización, pero hasta determinado nivel jerárquico, según su magnitud y características; y finalmente, por su contenido es integral, pues representa gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. (Franklin, 2004)

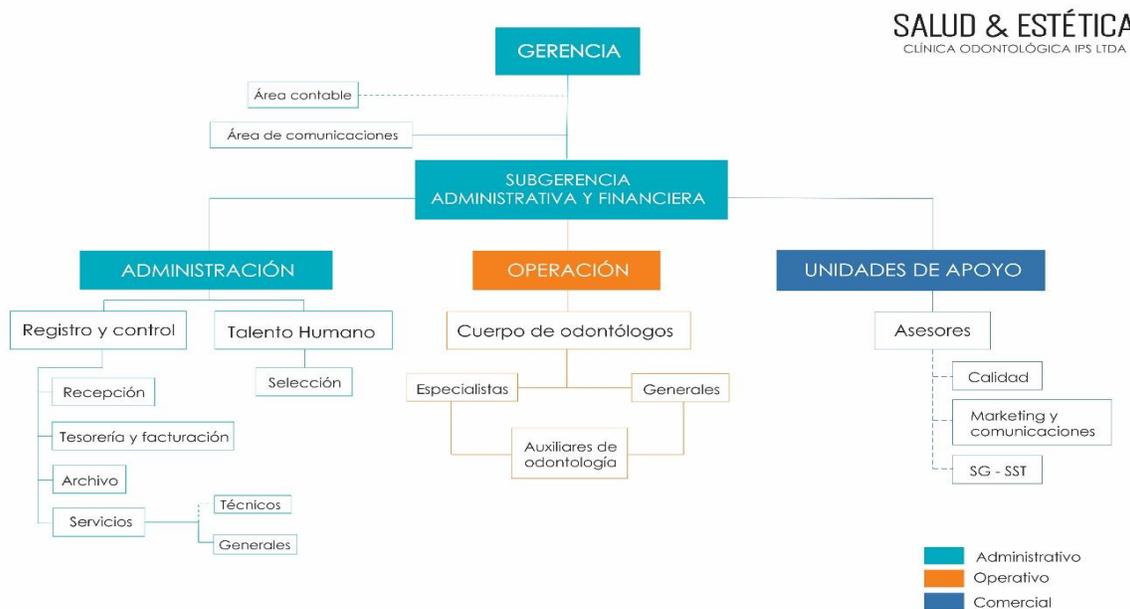


Figura 1. SALUD & ESTÉTICA- Organigrama de la clínica (2020). Fuente: área administrativa de la empresa.

1.1.5 Descripción de la dependencia. El área de marketing y comunicaciones de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica, cuenta con un equipo de comunicadores sociales que se encargan de manejar las comunicaciones internas y externas de la empresa, e implementar diversas estrategias para fortalecer el posicionamiento de marca, el bienestar, clima organizacional, campañas de responsabilidad social empresarial y gestión publicitaria.

Su máxima representación es liderada por un comunicador corporativo, quien, junto a la gerencia, define los proyectos y lineamientos sobre los que se desarrollan las actividades del área; asimismo, genera reuniones internas con el equipo para delegar funciones y comunicar los eventos o campañas a realizar mensualmente en la organización.

Dentro de sus principales funciones, el área de marketing y comunicaciones de SALUD & ESTÉTICA se encarga de velar por el excelente manejo de la identidad corporativa, gestión de comunicados internos y externos a la organización, generación de contenido gráfico para redes sociales y medios alternativos de comunicación, además del desarrollo de campañas o estrategias comunicativas que permitan mejorar el clima organizacional (SALUD&ESTÉTICA, 2020)

1.2 Diagnóstico inicial

Para realizar este diagnóstico inicial se aplicó la entrevista como herramienta de recolección de datos, teniendo en cuenta la metodología cualitativa. De la misma manera, se investigó sobre su correcto uso y aplicación desde la “GUIA BÁSICA DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN – UFPS OCAÑA” del Acta N° 0002 y la opinión de importantes autores como (Janesick, 1998) quien afirma que: “En la entrevista, a través de las

preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema.” (Hernandez Sampieri, 2014)

Partiendo de esto, se realizó una entrevista a colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA (ver apéndice A.) y a algunos pacientes (ver apéndice B.) de manera aleatoria, con el objetivo de conocer el estado actual de la comunicación en la organización e identificar cuáles son sus fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora en este aspecto.

Esto, permitió entre otras cosas, obtener una información de primera mano con nuestros colaboradores y usuarios; además, de mostrar una importante iniciativa de mejora en todo lo relacionado a la comunicación interna y externa de la clínica.

A continuación, se encuentra la matriz DOFA en donde se presentan los aspectos identificados durante el diagnóstico inicial teniendo en cuenta los resultados obtenidos mediante la herramienta de recolección de datos.

Tabla 1

Matriz DOFA

| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|--|---|
| FACTORES INTERNOS | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Personal especializado ➤ Excelente infraestructura ➤ Equipos de última tecnología ➤ Planes de financiación ➤ Educación continua ➤ Credibilidad por parte de los pacientes | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Inexistencia de portal web ➤ Poca publicidad externa ➤ Tiempo de espera de los pacientes ➤ Falta de medios alternativos de comunicación. |
| FACTORES EXTERNOS | | |
| OPORTUNIDADES | Estrategia FO | Estrategia DO |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Mayor proyección de la clínica ➤ Ofrecer un amplio portafolio de servicios ➤ Impulsar el software de historias clínicas | Promocionar a través de redes sociales los planes de financiación vigentes en la clínica. | Creación de un Portal web que permita dar a conocer los servicios que se ofertan en SALUD & ESTÉTICA |
| AMENAZAS | Estrategia FA | Estrategia DA |
| <ul style="list-style-type: none"> ➤ Clientes frustrados ➤ Competencia desleal ➤ Ubicación de la clínica ➤ Economía actual | Resaltar la política ADN de la organización, utilizando medios alternativos de comunicación. | Suministrar material de entretenimiento a los pacientes para amenizar el tiempo de espera. |

Nota: La tabla relaciona las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas identificadas en la clínica SALUD & ESTÉTICA. Fuente: Pasante.

1.2.1 Planteamiento del problema. SALUD & ESTÉTICA es una clínica

odontológica de la ciudad de Ocaña que cuenta con más de doce años de trayectoria, brindando a sus usuarios servicios de odontología general y especializada, con profesionales idóneos, excelente infraestructura, tecnología de punta y planes de financiación asequibles, que permiten satisfacer las necesidades de los pacientes y garantizar la sonrisa de sus sueños.

Este gran trabajo operativo, ha estado acompañado durante años por la intención de visibilizar mayormente la marca y el excelente trabajo que se desarrolla en la organización; sin

embargo, aún no se ha realizado un plan estratégico de comunicación externa que permita llevar la marca a un público más amplio y dar a conocer en la sociedad los diferentes servicios que ofrece la clínica. Lo anterior, no solo para ganar un mayor reconocimiento y respeto en la comunidad ocañera, sino que, a su vez, permita incrementar el flujo de pacientes y referidos.

A causa de dicha carencia, se determina diseñar una estrategia comunicativa externa que permita visibilizar todas las acciones desarrolladas por SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica, utilizando las nuevas tecnologías, quienes han abierto la puerta a una diversidad de herramientas y canales de comunicación para mantener un flujo de información de calidad con los usuarios.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General. Desarrollar una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña que permita visibilizar su imagen y fortalecer su interacción con los usuarios.

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico inicial sobre el manejo de la comunicación externa en SALUD & ESTÉTICA.

Diseñar una estrategia de comunicación externa en la clínica.

Implementar las actividades propuestas a la organización, para la mejora de la comunicación externa.

1.4 Actividades a desarrollar

Tabla 2

Actividades a desarrollar en el proyecto

| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | ACTIVIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● Realizar un diagnóstico sobre el manejo de la comunicación externa en SALUD & ESTÉTICA. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Agendar una reunión con el comunicador corporativo de la organización, para consultar sobre el manejo de la comunicación en la clínica y los objetivos planteados para el año 2020. ➤ Realizar una entrevista al personal interno y externo de manera aleatoria, que permita conocer su percepción frente a la comunicación en la organización. ➤ Analizar las entrevistas realizadas. ➤ Identificar los principales aspectos a mejorar y socializarlo con el equipo de comunicaciones. ➤ Facilitar un informe sobre el estado de la comunicación actual. |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Diseñar una estrategia de comunicación externa en la clínica | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Presentar los requerimientos necesarios a Gerencia para desarrollar un portal web en la clínica. ➤ Contratar un proveedor de ingeniería que facilite el montaje del portal. ➤ Fortalecer la identidad corporativa a través de diversos medios alternativos de comunicación. ➤ Definir un cronograma de publicaciones para las redes sociales. ➤ Generar contenidos atractivos que permitan llegar a un público más amplio. ➤ Plantear nuevas promociones y actividades de publicidad externa. ➤ Dar a conocer la estrategia al equipo de trabajo. |
| <ul style="list-style-type: none"> ● Implementar las actividades propuestas a la organización para la mejora de la comunicación externa. | <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gestionar con el equipo de comunicaciones de la clínica, el desarrollo de las actividades. ➤ Presentar a gerencia los avances del portal web. ➤ Publicar las piezas gráficas y actividades desarrolladas. ➤ Dar a conocer a los pacientes las nuevas promociones. ➤ Suministrar material de entretenimiento a los pacientes para amenizar el tiempo de espera. ➤ Socializar los resultados de la estrategia con gerencia y el equipo directivo. |

Nota: La tabla muestra las actividades a desarrollar en la pasantía para dar cumplimiento con los objetivos planteados. Fuente: Pasante

Capítulo 2. Enfoque referencial

2.1 Enfoque conceptual

Hoy en día el concepto de *odontología* se encuentra orientado a la especialidad y al área del conocimiento de las Ciencias de la Salud, sin embargo, a lo largo de la historia este ha evolucionado y no solo se ha quedado en el desarrollo de las labores de promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, sino que además en los diferentes contextos ha jugado un papel necesario en la identificación de aspecto psicosociales en sus pacientes, siendo capaz de contribuir desde sus actividades a un carácter humanístico dentro de las dimensiones a nivel personal, familiar y social (Cárdenas & Tirado, 2014).

De lo anterior, se deriva la importancia que tiene *la estrategia de comunicación*, para transmitir la información desde el entorno de la odontología hasta el mercado al cual se dirige, pues esta sirve como herramienta para llevar a cabo la planificación sistemática del mensaje, las acciones, los indicadores y el tiempo que la organización tiene para dar a conocer su imagen y sus servicios al exterior. De dicha estrategia dependerán los resultados e impacto en el público, puesto que también debe ser de carácter innovador, creativo y con un anuncio puntual de lo que desea de sus clientes potenciales. Con base en ello, la organización logra a su vez posicionarse en el mercado u obtener mayor reconocimiento mediante una efectiva estrategia comunicativa implementada (Cárdenas & Godoy Daza, 2008).

Por su lado, *la comunicación externa* en el mundo empresarial, es una vía para la trasmisión y recepción de datos, pautas e imágenes referentes a la misión de la organización.

Cuando se habla de este tipo de comunicación, se trata de mantener un doble flujo de intercambio, por un lado se reciben datos relacionados con las variaciones sociales, políticas y económicas que provienen de su entorno y teniendo en cuenta estas variables es posible proyectar sobre dicho ámbito una imagen de empresa fundada sobre su funcionamiento interno y su acción objetiva bajo el medio en el que se desenvuelve. Conllevando de esta manera a hablar de **comunicación corporativa**, la cual abarca el mensaje que la empresa e institución desea transmitir a sus grupos de interés, como lo son sus clientes, sus empleados, socios y la comunidad en general (Arnoletto, 2007).

Dentro de este marco, hay que mencionar la función que tienen **las redes sociales**, como nueva herramienta de difusión. Estas han venido marcando un punto a favor en la difusión masiva, debido a su alcance, características e impacto en la sociedad actual, por lo que son utilizadas por individuos y por empresas, dado que permiten lograr una comunicación interactiva y dinámica (Herrera, 2012). Debido a la relevancia que han tenido las redes sociales como Facebook, twitter e instagram para aplicar estrategias de comunicación y atraer el público, su concepto se encuentra estrechamente relacionado con **marketing digital**, pues según (Rodroguéz, 2014), es un elemento facilitador de procesos organizacionales enfocados a detectar oportunidades en los mercados, desarrollado a través de formas de comunicación que integran un plan de marketing.

Todo esto de la era digital y la modernización en las formas de comunicarse la empresa con su mercado, ha dado lugar a que se empleen también facilitadores de acceso a internet como lo son **los portales web**, haciendo posible que las organizaciones ofrezcan una amplia temática y

conozcan sus servicios mediante contenidos emitidos diariamente. Al igual que se han diseñado nuevas tendencias en relación a ello, en las que cabe señalar la expresión denominada “*Hashstag*” que es utilizado por los usuarios de las redes sociales para calificar los contenidos que tienen más impacto entre los cibernautas, convirtiéndose en una alternativa de comunicación (Moreno, 2008).

2.2 Enfoque legal

El desarrollo de una estrategia de comunicación externa para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA de Ocaña, se fundamenta en las siguientes leyes colombianas:

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

2.2.2 Ley 1341 de 2009. Es establecida por el (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2009), en donde se plantea la posibilidad de acceso a la TIC, como una herramienta que permite el intercambio de información y la interacción de los medios de comunicación con la comunidad en general. Igualmente, está fundamentada en la implementación de la tecnología como base para la producción de multimedia en las diversas plataformas, haciendo uso de la conectividad como fomento de la competitividad en el mercado.

2.2.3 Ley 1887 de 2018. La presente ley promueve la difusión de los contenidos digitales a través de los medios de información como las redes sociales, plataformas web y sitios web. Estos contenidos deben contener características que los identifiquen como innovadores, novedosas y creativas dentro de la comunicación y el marketing organizacional, teniendo un valor comercial. Además es importante contar con los derechos de autor para la correcta aplicación de las publicaciones y llevando un mensaje con un carácter veraz y racional con un buen impacto en la sociedad. (El Congreso de Colombia, 2018).

2.2.4 Ley 153 de 2018. Esta ley es expuesta por el (Congreso de la República, 2018) como un proyecto que genera beneficios al sector de la tecnología de la información y las comunicaciones, brindando acceso a nuevas redes que dan lugar a la adecuada comunicación promoción de los contenidos comunicativos en las empresas privadas y públicas dentro del territorio nacional. Teniendo como finalidad garantizar los derechos planteados por la constitución en materia de comunicaron y conocimiento, datos y contenido digital.

2.2.5 Ley 1978 de 2019. En relación con el uso de las TIC para comunicar la información, esta ley es la más reciente en Colombia, haciendo una conceptualización más amplia sobre esta temática, señala que se compone de otras aquellas herramientas, equipos y programas informativos, como elementos esenciales para la implementación de procesos comunicativos internos, almacenamiento y trasmisión del mensaje, ya sea verbal, textual o por multimedia (El Congreso de la República , 2019).

Capítulo 3. Informe cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

A continuación, se presentan las acciones realizadas durante la pasantía en SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica en Ocaña Norte de Santander.

3.1.1 Objetivo específico 1. Realizar un diagnóstico inicial sobre el manejo de la comunicación externa en SALUD & ESTÉTICA.

Actividad 1. Agendar una reunión con el comunicador corporativo de la organización para consultar sobre el manejo de la comunicación en la clínica y los objetivos planteados para el año 2020.

Por medio de una solicitud escrita se le comunicó al comunicador de la clínica la necesidad de realizar una reunión que permitiera conocer la situación del manejo de la comunicación en la clínica para socializar las actividades que se realizarán con el propósito de desarrollar la estrategia propuesta. (Ver apéndice A.)

Actividad 2. Realizar una entrevista al personal interno y externo de manera aleatoria, que permita conocer su percepción frente a la comunicación de la organización.

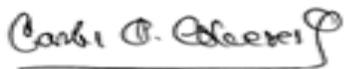
La entrevista fue aplicada estratégicamente al personal interno, pues era importante conocer la percepción tanto del gerente como de las auxiliares y demás personal, así como al

personal externo, las personas entrevistadas dieron a conocer su opinión sobre el manejo de la comunicación de la clínica.

En este sentido, se presenta el modelo de la entrevista diseñada por la pasante para posteriormente ser aplicada:

Tabla 3

Modelo de la Entrevista aplicada al personal interno

| Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica | |
|---|--|
| Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias, desde el conocimiento de los colaboradores. | |
| Fecha: 21/02/2020 Hora: 10:50 a.m. | |
| Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal | |
| Nombre del entrevistado: Carlos Alberto Cáceres González | |
| Cargo: Gerente | |
| Descripción | |
| Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo. | |
| PREGUNTAS | |
| 1 | ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA? |
| 2 | ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica? ¿Por qué? |
| 3 | ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia? |
| 4 | ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor? |
| 5 | Si tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría? |
|  | |
| Firma: | |
| Carlos Alberto Cáceres González | |
| Gerente de SALUD & ESTÉTICA | |
| Ocaña, Colombia | |

Nota: La tabla muestra el modelo de la entrevista aplicada a los empleados. Fuente: Pasante

Tabla 4

Modelo de la Entrevista aplicada al personal externo

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 21/02/2020 Hora: 10:45 a.m.
Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal
Nombre del entrevistado: Carolina Núñez Picón.
Paciente: Blanqueamiento – Dra. Victoria Peñaranda.

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3 ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4 ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5 Si tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Carolina Núñez Picón.
Paciente de SALUD & ESTÉTICA
Ocaña, Colombia

Nota: La tabla relaciona el modelo de la entrevista aplicada a los pacientes. Fuente: Pasante

En total se realizaron 10 entrevistas, cinco al personal interno y cinco al personal externo.

(Ver apéndice B.)

Actividad 3. Analizar las entrevistas realizadas.

Antes que nada mencionar que el análisis de las entrevistas se realizó en compañía del comunicador corporativo de la clínica, lo que permitió que se seleccionarán los aspectos más importantes y relevantes para desarrollar la estrategia planteada.

Análisis de las entrevistas internas: Siendo las cosas así, iniciar este análisis señalando que de acuerdo con los resultados obtenidos de la entrevista, los empleados de la clínica consideraron que la comunicación interna manejada entre el grupo de trabajo es la adecuada, sin embargo, también manifestaban la necesidad existente de que se siga fortaleciendo esta variable a través de actividades de integración grupal, ideas formales que se organicen desde los niveles jerárquicos superiores, siendo estas alternativas basadas en fortalecer otros factores como el clima organizacional y la cultura. Agregando la importancia que tiene el desarrollo de estrategias de comunicación que permitan mayor participación con los empleados de otras áreas, puesto que muchas veces por compromisos laborales y delegación de funciones, el talento humano de la empresa se dispersa.

Por otro lado, resultado claro que aunque debilidades en la comunicación, a nivel interno existe un grado de satisfacción por parte de los colaboradores, debido al trato que se le brinda, las oportunidades de crecimiento que se le han otorgado dentro de la clínica, lo cual implica además el desarrollo personal y profesional que se denota en el desempeño de cada uno de ellos.

Al interrogar sobre el trato que se tiene con el cliente que en este caso es el paciente, los empleados expusieron que el valor clave para una buena comunicación con las personas que ingresan a la clínica es el respeto, aunque resaltando lo fundamental que es seguir en mejorando actitudes, comportamientos y acciones frente a la sociedad, ya que son el principal motor de la organización.

En relación con los aspectos que desde el punto de vista de los empleados, se deben mejorar, cada uno tuvo la iniciativa de abarcar diversos aspectos entre estos están: el tiempo de espera de los pacientes en la sala, la interacción con cliente, medios para agendar citas de manera virtual y hacer mayor presencia en redes sociales como una técnica para atraer clientes y dar a conocer los servicios.

Análisis de las entrevistas externas: Ahora bien, partiendo desde la perspectiva que tiene el paciente o cliente frente a la comunicación y forma de intercambiar información por parte de la empresa con ellos, afirmaron tener un buen trato al momento de acceder a los servicios de ortodoncia. El personal médico y administrativo los viene atendiendo de manera amable, respondiendo inquietudes o las sugerencias que realizan. Así mismo, existe una claridad frente a la importancia que tiene para clínica implementar nuevas estrategias de comunicación, puesto que consideran que traen beneficios tanto para la empresa como ellos que hacen parte directa e indirectamente de cada proceso interno.

Con respecto a la pregunta, sobre el conocimiento que se tiene de las redes sociales de la clínica y el contenido emitido desde los medios digitales como Facebook, tan solo dos personas de las entrevistadas, estaban al tanto de que la empresa contaba con dichas herramientas para brindar información de sus servicios y novedades, y las cuales agregaron que seguían sus publicaciones, pero que durante los últimos meses es poco lo emitido a través de estas. Para finalizar, es relevante decir que la publicidad que actualmente desarrolla el área de comunicación es aceptada por el público en general y es también una de las razones por las que los llevaron a opinar que no cambiaran nada de la clínica.

Actividad 4. Identificar los Principales aspectos a mejorar y socializarlo con el equipo de comunicaciones.

Los principales aspectos a mejorar que se pudieron identificar mediante el análisis de las entrevistas practicadas, fueron los siguientes:

- Actualización de redes sociales.
- Creación de un portal web.
- Creación y publicación de contenido creativo en redes sociales.
- Fortalecer la identidad corporativa a través de medios alternativos de comunicación.
- El tiempo de espera de los pacientes durante su cita odontológica.

Teniendo en cuenta esos aspectos, se planteó la estrategia que se desarrolló durante el transcurso del primer semestre del 2020 por la pasante autora del proyecto, con el objetivo de utilizar herramientas comunicativas para mejorar la comunicación externa de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica.

Actividad 5. Facilitar un informe sobre el estado de la comunicación actual.

El informe fue realizado teniendo en cuenta el manejo que le estaban dando a la comunicación externa en la organización, este sirvió para plantear las actividades que se debían ejecutar para mejorar la comunicación externa de la clínica.

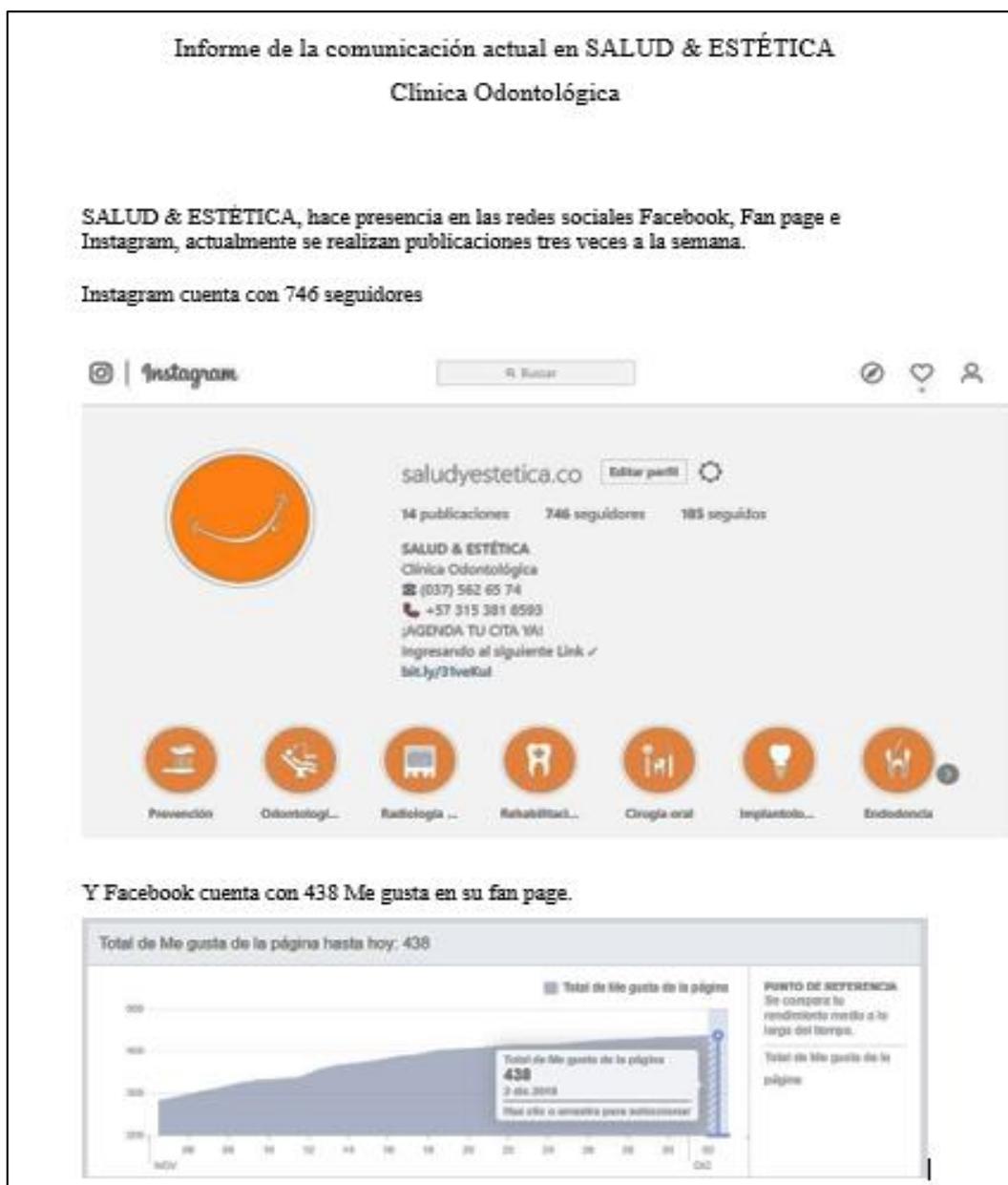


Figura 2. Reporte actual de la comunicación en redes sociales de la clínica odontológica salud & estética. Fuente: pasante, con apoyo del área de comunicación de la empresa.

Es conveniente anotar que el informe fue difundido a través del correo electrónico corporativo, con el objetivo de que tanto el comunicador corporativo como el gerente de la organización, se enteraran de la situación de la clínica y así tomar las medidas necesarias para mejorar la comunicación externa.

3.1.2 Objetivo específico 2. Diseñar una estrategia de comunicación externa en la clínica.

Actividad 6. Presentar los requerimientos necesarios a gerencia para desarrollar un portal web en la clínica.

Por medio de un documento enviado a través de un correo electrónico se le solicito al gerente de la organización, (Ver apéndice C.) los siguientes requerimientos para desarrollar el portal web:

- Un proveedor de ingeniería de sistemas. (El ingeniero de sistemas fue escogido teniendo en cuenta sus conocimientos y la capacidad para desarrollar la plataforma web en poco tiempo)
- Fotografías del personal de la organización y fotografías de los odontólogos realizando tratamientos odontológicos.
- Revisión de la redacción generada por la pasante, sobre cada texto de los productos o servicios que aparecerán en el portal. (Cada texto que se le agregará al portal fue redactado por la pasante, estos debían pasar por revisión teniendo en cuenta que en algunos casos era necesario utilizar información técnica, como por ejemplo la definición de los tratamientos odontológicos, la revisión fue realizado por el gerente general, el doctor Carlos Alberto Cáceres.)
- Aprobación del diseño planteado para el portal web. (El diseño fue realizado por la pasante, con el objetivo de que el ingeniero desarrollara el portal web tal cual se mostraba en los bocetos. Se recibió la aprobación por parte del gerente, el comunicador y la subgerente)

Actividad 7. Contratar un proveedor de ingeniería que facilite el montaje del portal.

Desde la gerencia se contactó con tres ingenieros de sistemas, los cuales debían acercarse a la organización para darles a conocer las ideas y el diseño del portal web, de acuerdo a sus capacidades y a la disponibilidad de tiempo se contrató a un joven quien desde el 9 de marzo del presente año empezó a ejecutar el portal web. (Ver apéndice D)

Actividad 8. Fortalecer la identidad corporativa a través de diversos medios alternativos de comunicación.

Los medios alternativos de comunicación que se diseñaron fueron protectores de pantalla para todos los computadores de la clínica, folletos, volantes, carteles informativos. A continuación son presentados:



Figura 3. Protector de pantalla diseñado para el fortalecimiento de la identidad. Fuente: Pasante.

Disminuir el riesgo



En SALUD & ESTÉTICA, tenemos en cuenta su salud y la prestación de los servicios de una manera oportuna y segura, por ello es importante seguir estas recomendaciones:

- Recuerde que los pacientes mayores de 65 años y menores de 12 años siempre deben estar acompañados.
- No permitan que los niños corran por las instalaciones de la IPS.
- Verifique que el personal de servicios generales de la IPS colque la debida señalización de piso mojado, para evitar caída de los visitantes.
- Si se siente mareado antes o después de la atención, o durante su permanencia en la sala de espera, por favor informarle que con mucho gusto lo atenderemos

Hábitos para mantener una excelente salud bucal

Cepillar
Los dientes al menos tres veces al día, sobre todo en las noches.

Lavar
La superficie externa de los dientes, la interna y la lengua.

Limpia
Los espacios entre los dientes con hilo dental.

Rasurar
El cepillo de dientes cada tres meses.

Evitar
El consumo de golosinas y líquidos azucarados, de hacerlo, cepílese inmediatamente.

Mantener
Una alimentación equilibrada.

Visitar
Al odontólogo al menos una vez al año.

Revisar
El enjuague bucal no reemplaza el Cepillado, en caso de utilizarlo, preferir uno sin alcohol y con flúor. Llegar a su cita odontológica con los dientes bien cepillados



Nuestros Servicios

- Odontología general
- Ortodoncia
- Periodoncia
- Endodoncia
- Rehabilitación oral
- Toma e interpretación de radiografías odontológicas
- Cirugía oral

Tu sonrisa, nuestra razón de ser

Lávese las manos



- Use jabón y agua, frótese las manos durante al menos 15 segundos, frote las palmas, las uñas y entre los dedos, así como el dorso de las manos.
- Si no cree que sus manos estén sucias, límpielas con un gel higienizante a base de alcohol, frote el gel en sus manos, en especial debajo de las uñas y entre los dedos, hasta que las manos le queden secas.
- Lávese las manos antes de tocar o ingerir cualquier alimento. Láveselas antes y después de ir al baño.

Evite infecciones



- Cúbrase la boca y la nariz, muchas enfermedades se extienden a través de los toses y los estornudos, así evitará que la infección se extienda y contagie a otros.
- ¡Use un pañuelo! Tenga a la mano pañuelos desechables en su casa, en el trabajo y en su bolsillo, asegúrese de tirar a la basura los pañuelos sucios y lávese las manos después de toser o estornudar.
- Si no tiene un pañuelo desechable, cúbrase la boca y la nariz con la parte interna de la articulación del codo, si utiliza las manos, límpieselas de inmediato.
- Si está enfermo, evite el contacto directo

Reduzca el riesgo



- Solicite el uso de guantes por parte del personal que le va a realizar algún procedimiento.
- Solicite que el personal que los atiende antes de realizarle un procedimiento se lave las manos.
- Deposite de manera correcta los desechos, comidas y residuos ordinarios en la caneca verde; elementos que hayan tenido contacto con sangre o secreciones en la caneca roja.
- Cuide sus pertenencias durante la estadía en la institución o pídale a la recepcionista o auxiliar de odontología que le permita guardarlas en un sitio seguro

Figura 4. Folletos diseñados para el fortalecimiento de la identidad. Fuente: Pasante

¡VISÍTANOS!
Carrera 12 No. 8-89
Ocaña, Colombia

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA

Nuestros servicios

- Odontología general
- Ortodoncia
- Diseño de sonrisa
- Periodoncia
- Endodoncia
- Implantología
- Cirugía oral
- Rehabilitación oral
- Radiología oral
- Promoción y prevención

¡Agenda tu cita ya!
+57 315 381 85 93

037 5626674
Saludyestética
saludyestetica.co
saludyesteticaclinicaodonto@gmail.com
comunicacionessye@gmail.com

Figura 5. Volante de presentación de los servicios de la clínica. Fuente: pasante

Feliz
Día de la
mujer

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA

Figura 6. Volante de reconcomiendo del día de la mujer. Fuente: Pasante.



Figura 7. Cartel informativo para las instalaciones de la clínica, sobre los cumpleaños de los empleados. Fuente: Pasante.



Figura 8. Carteles informativos ubicados dentro de la empresa. Fuente: Pasante.



Figura 9. Carteles alusivos a la visión y visión de la clínica. Fuente: Pasante.

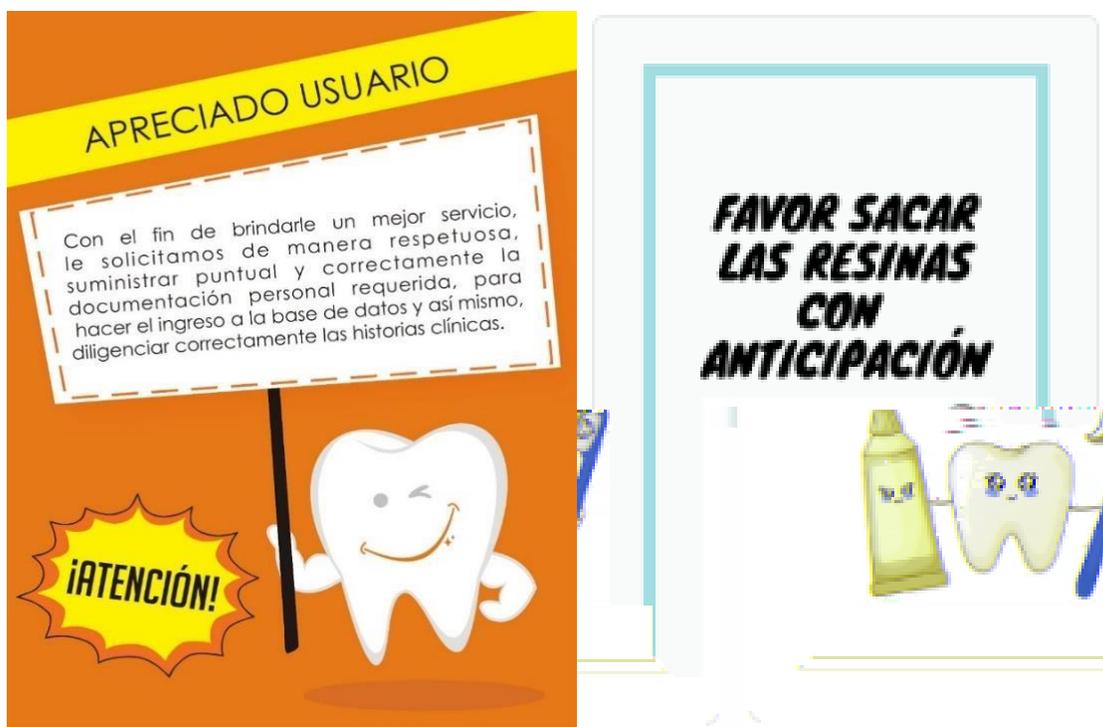


Figura 10. Carteles informativos dirigidos a los clientes. Fuente: Pasante.



Figura 11. Cartel informativo dirigido a los empleados y pacientes. Fuente: Pasante.



Figura 12. Carteles educativos. Fuente: Pasante.

Actividad 9. Definir un cronograma de publicaciones para las redes sociales.

Las redes sociales que se manejaron fueron Instagram, perfil de Facebook y el Fan page de Facebook, el cronograma se diseñó para hacer publicaciones una vez por día, alternando entre historias y post, es decir un día se publicaba historia y al día siguiente se publicaba post, siempre se utilizaron los colores permitidos según el manual de identidad de la clínica. Para realizar cada una de las publicaciones, el equipo de comunicaciones se encargaba de estudiar y analizar las diferentes tendencias en la red y afianzarlas al nivel corporativo de la clínica. Para ello, era

necesario agendarlas en el calendario conversacional del área, que garantizara el cumplimiento de todos los lineamientos establecidos como requerimiento de publicación.

El contenido de las publicaciones siempre fue encaminado a mostrar los servicios que se ofertan, a educar a los usuarios con tips o información importante para mantener siempre una buena salud bucal, como también a brindar información de contacto, reapertura de la clínica, entre otros. (Ver apéndice E.)

Actividad 10. Generar contenidos atractivos que permitan llegar a un público más amplio.

Anteriormente la clínica odontológica no estaba siendo visible en redes sociales y muchos de los usuarios no sabían que SALUD & ESTÉTICA hacía presencia en redes sociales, por lo que se decidió empezar a realizar publicaciones que permitieran que los usuarios de las redes sociales, se interesaran por visualizar nuestras publicaciones y así mismo interesarse por asistir a los consultorios para suplir cualquier necesidad odontológica que se les presente.

Según el análisis realizado con relación a las publicaciones se puede identificar que los contenidos educativos y de identidad corporativa, son aquellos que cuentan con mayor alcance, interactividad e impresiones. También se optó por rediseñar las historias destacadas, con el objetivo de que estuvieran mejor distribuidas, se reemplazó la imagen animada de cada tratamiento, por las fotografías del personal odontológico de la clínica y se añadió una historia destacada llamada Pacientes Felices, en donde se encontrarán fotos de algunos pacientes que se hayan realizado tratamientos odontológicos en la clínica.

En este orden de ideas, los contenidos emitidos en las redes sociales fueron los siguientes:

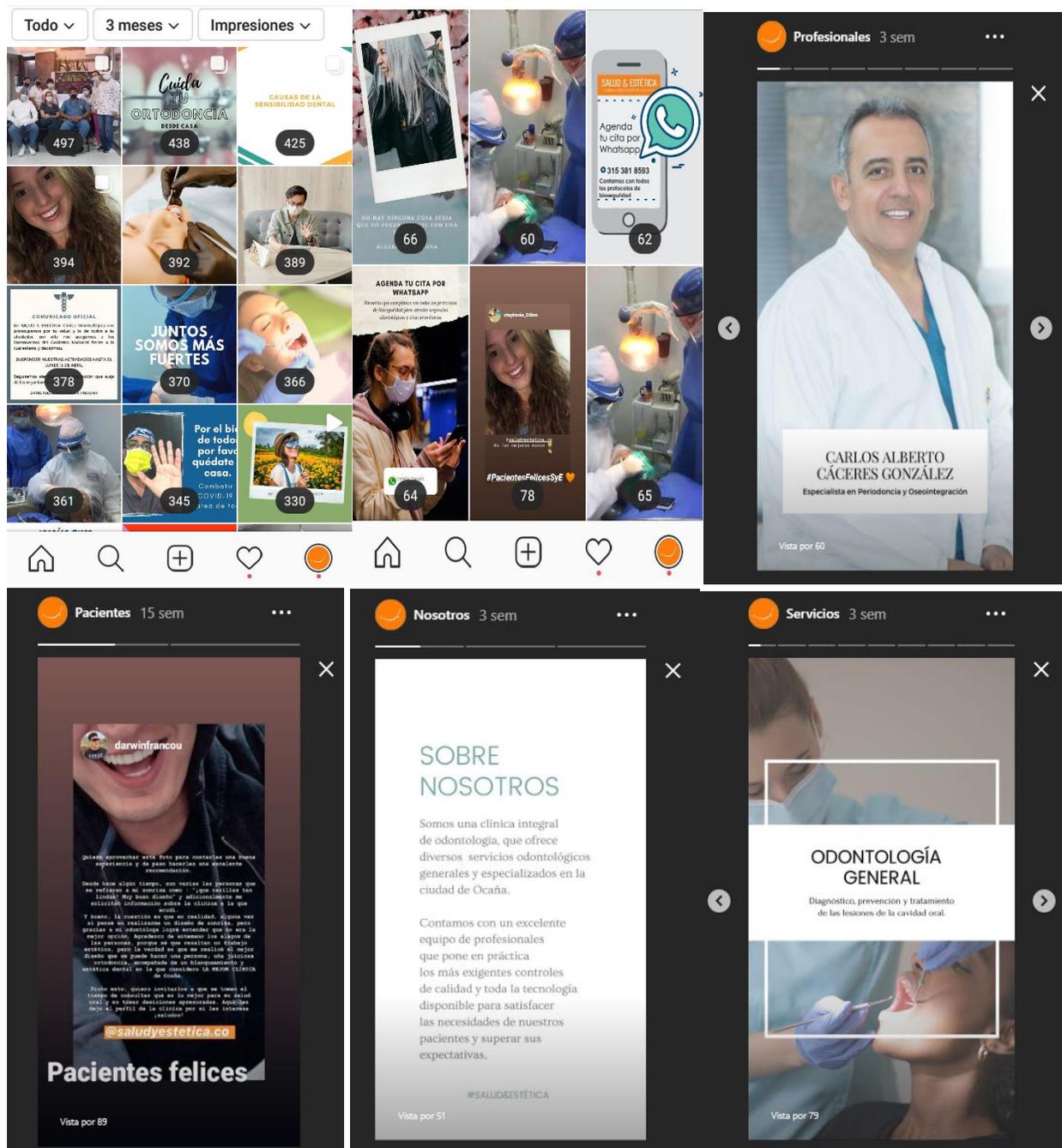


Figura 13. Contenidos emitidos para atraer el público. Fuente: Pasante.

En relación a lo anterior, fue necesario identificar el impacto del nuevo contenido público y la medición a través del número de interacción obtenido en las redes sociales:

| Todas las publicaciones realizadas | | | | | | | Crear publicación | | | |
|------------------------------------|-------------|------|--------------|---------|-------------|-------------------------|------------------------|--|--|--|
| Alcance: orgánico/pagado | | | | | | | Clics en publicaciones | | Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido | |
| Fecha de publicación | Publicación | Tipo | Segmentación | Alcance | Interacción | Promoción | | | | |
| 06/06/2020 17:02 | SALU D & | | | 30 | 1 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 04/06/2020 17:38 | Para SALU | | | 35 | 3 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 02/06/2020 18:58 | Siguiendo | | | 48 | 1 1 | Promocionar publicación | | | | |
| 30/05/2020 19:08 | Los dientes | | | 56 | 2 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 28/05/2020 18:54 | Siéntete | | | 47 | 0 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 26/05/2020 15:54 | En SALU | | | 50 | 2 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 23/05/2020 17:43 | MITOS | | | 40 | 3 1 | Promocionar publicación | | | | |
| 23/05/2020 17:43 | MITOS | | | 40 | 3 1 | Promocionar publicación | | | | |
| 21/05/2020 17:27 | ¿Por qué? | | | 68 | 1 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 19/05/2020 17:22 | SALU | | | 42 | 0 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 16/05/2020 18:31 | ¿Nece? | | | 64 | 0 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 12/05/2020 16:02 | La | | | 49 | 0 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 07/05/2020 16:47 | Hay alguno | | | 58 | 0 0 | Promocionar publicación | | | | |
| 05/05/2020 17:36 | Las princip | | | 59 | 2 1 | Promocionar publicación | | | | |
| 29/04/2020 18:13 | ¿Se puede | | | 80 | 6 2 | Promocionar publicación | | | | |
| 27/04/2020 18:08 | Estamos | | | 54 | 1 6 | Promocionar publicación | | | | |

Figura 14. Interacción e impacto de los contenidos emitidos durante el desarrollo de la pasantía. Fuente: Pasante.

Actividad 11. Plantear nuevas promociones y actividades de publicidad externa.

Teniendo en cuenta cada uno de los tratamientos que se realizan en la clínica, se seleccionaron los que tendrían promoción en el transcurso del año, para definir el descuento y la fecha en la que se llevaría a cabo, se realizó una reunión con el comunicador corporativo, la pasante de la UFPSO y el gerente de la organización. Por lo tanto, se relacionó cada tratamiento seleccionado con su respectivo descuento y la fecha de aplicación, cabe resaltar que las promociones correspondientes al primer semestre del presente año, no pudieron efectuarse debido al problema sanitario presentado por el Covid- 19.

Las siguientes son las promociones planteadas para el año 2020:

- **Mayo:** Aprovechando que es el día de las madres se estarán promocionando los tratamiento de limpieza y blanqueamiento, tendrá vigencia todo el mes de mayo y a cada tratamiento se le hará un descuento del 15% del valor total.

- **Junio:** En el mes del padre se estarán promocionado los tratamiento de implantología y prótesis dentales, la promoción tendrá vigencia todo el mes de junio y se les aplicara un descuento del 20% del valor total del tratamiento.

- **Septiembre:** En el mes del amor y la amistad se estará promocionando el tratamiento de ortodoncia estética, la promoción tendrá vigencia solo dos semanas del mes de septiembre y se le aplicara un descuento del 30% del valor del tratamiento.

• **Diciembre:** En el mes de diciembre se estará promocionando el tratamiento de estética dental, la promoción tendrá vigencia desde el 02 de diciembre hasta el 20 del mismo mes y se le aplicará un descuento del 30% del valor total del tratamiento.

Actividad 12. Dar a conocer la estrategia al equipo de trabajo.

Por medio de una reunión con el comunicador de la organización, se expuso la estrategia planteada, teniendo en cuenta que el gerente de la organización se encontraba en una capacitación por fuera de la ciudad con el subgerente y algunos odontólogos, el comunicador corporativo se encargó de comunicarse con ellos por medio de una video llamada, obteniendo como resultado la aprobación de la estrategia.

3.1.3 Objetivo específico 3. Implementar las actividades propuestas a la organización, para la mejora de la comunicación externa.

Actividad 13. Gestionar con el equipo de comunicaciones de la clínica, el desarrollo de las actividades.

Todas las actividades a desarrollar fueron consultadas con el comunicador de la organización, quien estuvo muy pendiente en la ejecución de las mismas y en la gestión del material necesario para su desarrollo.

Actividad 14. Presentar a gerencia los avances del portal web.

Los avances del portal web fueron enviados a gerencia a través de WhatsApp, el ingeniero encargado de desarrollarlo, facilitó un link con los avances, para hacer las correcciones correspondientes.

La redacción para el portal web fue realizada por la pasante, se emitió un correo electrónico desde el área de comunicaciones para que se realizaran las correcciones necesarias al significado de los tratamientos odontológicos, por medio de un documento en Word, se enviaron las correcciones desde el área de comunicaciones al ingeniero encargado de realizar el portal web, para que realice los ajustes correspondientes y poder entregar el portal web terminado. (Ver apéndice F.)

- Primera parte de los avances, información general de la clínica:

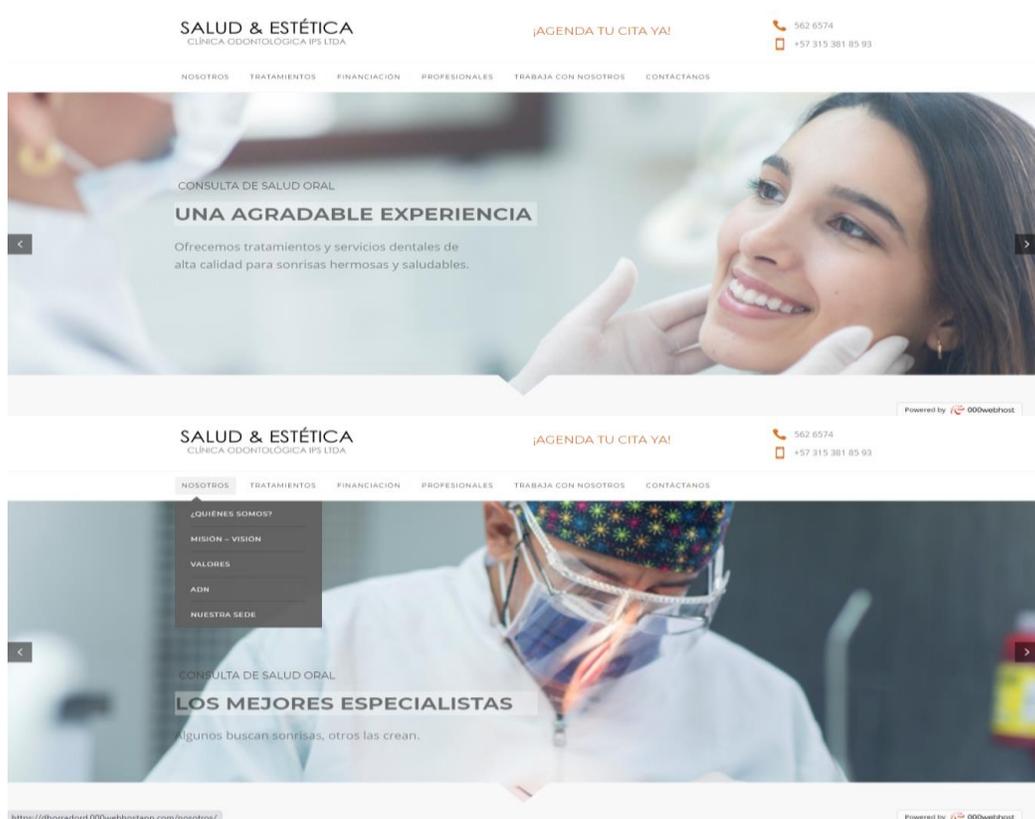


Figura 15. Primeros avances de la página web diseñada para la clínica. Fuente: Pasante

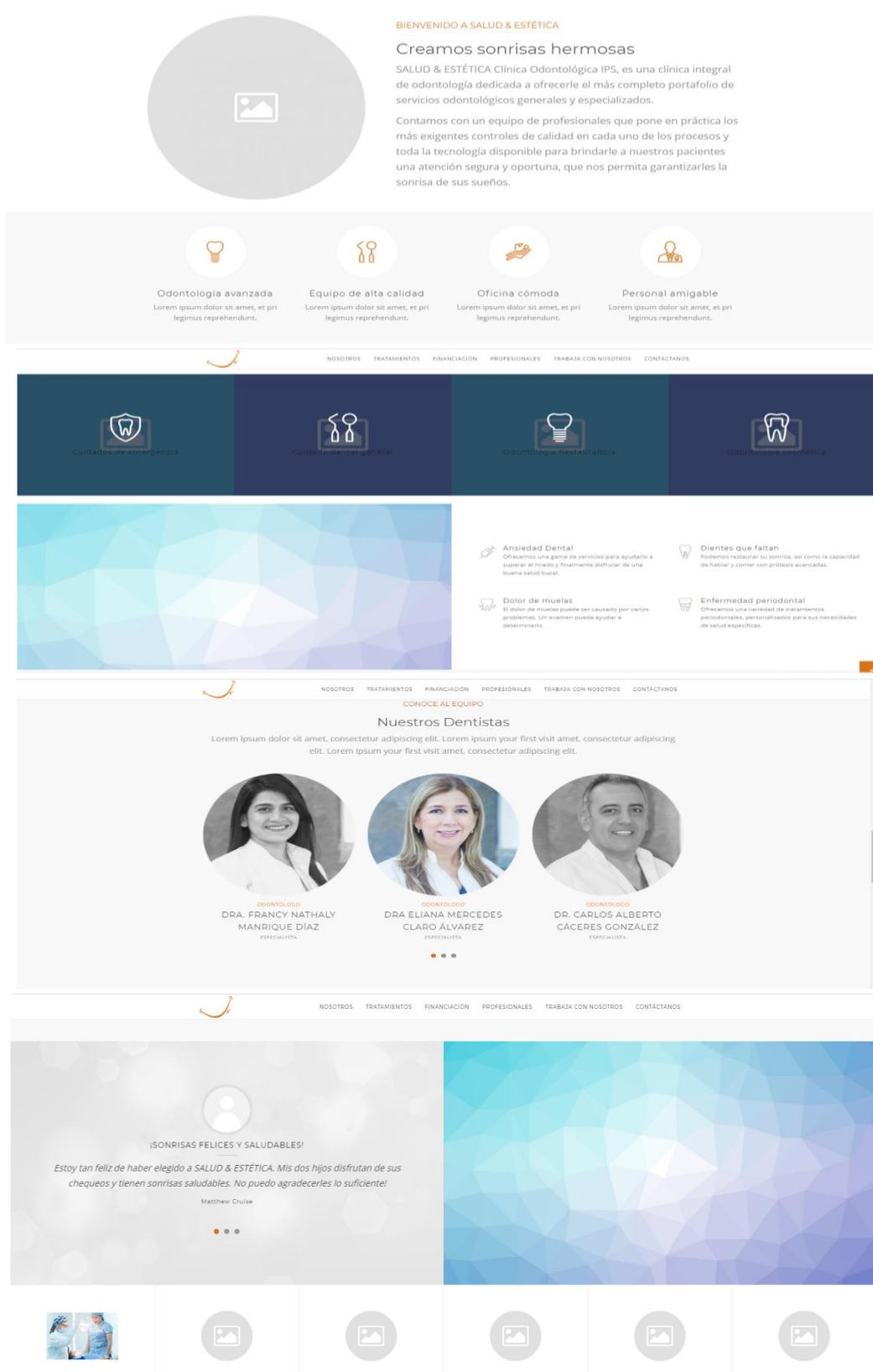


Figura 16. Primeros avances de la página web diseñada para la clínica. Fuente: Pasante

- Segunda parte de los avances, información del marco estratégico organizacional

The image displays three sequential screenshots of a website for 'SALUD & ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA'. The top screenshot shows a contact form titled 'Solicitar una cita' with fields for name, phone, email, address, and treatment. The middle screenshot shows the '¿QUIÉNES SOMOS?' section, detailing the clinic's history and services. The bottom screenshot shows the 'VALORES (RHOICS)' section, listing core values like respect, honesty, and organization.

CONTACTÉMONOS
Solicitar una cita
Complete el siguiente formulario y nos pondremos en contacto con usted durante nuestro horario de trabajo.

Nombre, Apellido, Número de teléfono, Email, Dirección de residencia, Número de identificación, Tratamiento que desea realizarse, ENVIAR

Ocaña, N.S. Cr. 12 # 8- 89 Barrio el Torlo, 5626574-3153818593 Llamanos!, Horario de atención Lun - Vie: 8:00 - 17:00, Reserva de citas saludyesesteticclinicadentista@gmail.com

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA. ¡AGENDA TU CITA YA! 562 6574 +57 315 381 85 93

¿QUIÉNES SOMOS?
Somos una clínica odontológica dedicada a brindar servicios de salud oral, conformada desde el año 2008 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.
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 excelentes planes de financiación.
Nos encanta superar las expectativas en cada proceso para que nuestros clientes deslumbrén con su sonrisa.

Ocaña, N.S. Cr. 12 # 8- 89 Barrio el Torlo, 5626574-3153818593 Llamanos!, Horario de atención Lun - Vie: 8:00 - 17:00, Reserva de citas saludyesesteticclinicadentista@gmail.com

MISIÓN
En SALUD & ESTÉTICA estamos dedicados a prestar servicios de odontología general y especializada, contando con un grupo de colaboradores altamente calificados, fundamentados en el trabajo en equipo, principios y valores corporativos, que nos permiten garantizar una excelente atención y alta calidad en el servicio a los habitantes del municipio de Ocaña.

VISIÓN
Proyectarnos para el año 2020 como la clínica odontológica de mayor reconocimiento y con la más amplia cobertura en Ocaña y su provincia, prestando un servicio integral en 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.

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA. ¡AGENDA TU CITA YA! 562 6574 +57 315 381 85 93

VALORES (RHOICS)

- RESPECTO: Manejo un trato amable y educado con todo el personal interno y externo de la empresa
- HONESTIDAD: Soy íntegro y transparente en cada una de mis acciones y responsabilidades
- ORGANIZACIÓN: Me preocupo por ordenar mis actividades diarias y los espacios en los que trabajo
- INNOVACIÓN: Creo, perfecciono y actualizo constantemente
- COMPROMISO: Soy entregado y apasionado por mi trabajo
- SERVICIO: Atiendo con agrado y empatía para recibir una sonrisa

PRINCIPIOS CORPORATIVOS

Ética profesional
Servir a la sociedad con el mayor respeto, para brindar soluciones odontológicas de manera responsable, eficientes y de alta calidad.

Trabajo en equipo
Trabajamos en equipo como profesionales, nos brindamos apoyo y soporte para garantizar el éxito en cada tratamiento realizado y así lograr la satisfacción de nuestros clientes.

Calidad y excelencia
Contamos con profesionales egresados de las mejores universidades en cada área ofrecida en nuestra clínica, con capacitaciones constantes para ofrecer permanentemente calidad e innovación.

Figura 17. Segundos avances de la página web diseñada para la clínica. Fuente: Pasante

- Tercera parte de los avances, información de los servicios y su financiación

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA PLU LDA

¡AGENDA TU CITA YA!

562 65 74
+37 315 387 85 93

NOSOTROS **TRATAMIENTOS** FINANCIACIÓN PROFESIONALES TRABAJA CON NOSOTROS

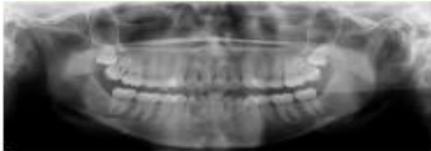
CONTÁCTANOS

RADIOLOGÍA ORAL



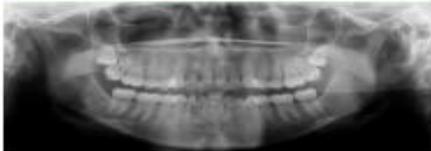
Las radiografías de los clientes, ayudan a diagnosticar enfermedades y lesiones de los dientes y los tejidos óseos, facilitando así su tratamiento.

ODONTOLOGÍA GENERAL



Es la encargada del diagnóstico, prevención y tratamiento de las lesiones de la cavidad oral, recuperando así la función y la estética.

ORTODONCIA



Especialidad que se encarga del estudio, prevención, diagnóstico y tratamiento de las anomalías de forma, posición, relación y función de las estructuras dentomaxilofaciales, mediante el uso y control de diferentes tipos de fuerzas, logrando de esta manera la armonía dental y la estética.

DISEÑO DE SONRISA

562 65 74
+37 315 387 85 93

NOSOTROS **TRATAMIENTOS** FINANCIACIÓN PROFESIONALES TRABAJA CON NOSOTROS CONTÁCTANOS



FINANCIACION SIN INTERESES

Completa todos los datos y pregúntanos por tu plan de financiación

Nombre

Apellidos

Numero de telefono

Email

Dirección de residencia

Numero de identificación

Tratamiento que desea realizarse

ENVIAR

Figura 18. Tercera parte de los avances de la página web. Fuente: Pasante.

- Cuarta parte de los avances, información del talento humano de la clínica

Equipo de profesionales

Estos son los profesionales con los que contamos para realizar su tratamiento.



NOSOTROS TRATAMIENTOS FINANCIACIÓN PROFESIONALES **TRABAJA CON NOSOTROS** CONTACTANOS



BIENVENIDO A NUESTRO PORTAL DE EMPLEO

Nombre

Apellidos

Numero de telefono

E-mail

¿Por que quieres trabajar con nosotros?

Adjuntar foto de vida

Ningun archivo seleccionado

El mensaje no se enviara si el documento adjunto pesa mas de 1mb o si el formato del archivo es diferente a pdf.

NOSOTROS TRATAMIENTOS FINANCIACIÓN PROFESIONALES **TRABAJA CON NOSOTROS** CONTACTANOS



| | |
|---|---|
| <p>Salud & Estética Calle: Barrio de San Juan 12 & 88 Barrio el Yumbo</p> <p>Contactenos! 562 6574</p> <p>f t w</p> | <p>Domingo CLOSED</p> <p>Lunes 8:00 - 16:00</p> <p>Martes 8:00 - 16:00</p> <p>Miércoles 8:00 - 16:00</p> <p>Jueves 8:00 - 16:00</p> <p>Viernes 8:00 - 16:00</p> <p>Sábado 8:00 - 13:00</p> |
|---|---|

- Doctores amigables
- Para toda la familia
- Consulta gratis
- Equipo moderno
- Oficina clínica
- Odontología con laser
- Ubicación conveniente
- Poco o nada de tiempo de espera
- Satisfacción garantizada
- Accesibilidad
- Materiales de alta calidad
- Digital 3D X Ray

Figura 19. Cuarta parte de los avances de la página web. Fuente: Pasante.

Actividad 15. Publicar las piezas gráficas y actividades desarrolladas.

Las piezas gráficas y todo el contenido difundido por medio de redes sociales fueron realizados por la pasante, teniendo en cuenta la tabla de publicaciones en Excel, en donde se planificaban los contenidos que se subirían a redes sociales. (Fan page de Facebook, Instagram, Perfil de Facebook)

La actividad desarrollada para los usuarios y el personal interno de la clínica, fue la conmemoración del día de la mujer, el área de comunicaciones se encargó de planificar y desarrollar la actividad que consistió en obsequiar un dulce acompañado de una tarjeta, a todas las mujeres que visitaran la clínica el 07-03-2020, día asignado para la ejecución de la misma.

Debido a la pandemia en la clínica odontológica sólo se podían atender urgencias odontológicas y dentro de unos meses el Ministerio de Salud permitió la atención de citas prioritarias, eso sí, garantizando el cumplimiento de todos los protocolos de bioseguridad establecidos, teniendo en cuenta esos factores las redes sociales fueron el medio más eficiente para mantener contacto con los pacientes o cualquier persona que necesitara información, agendar una cita, hacer una consulta, etc.

Desde el área de comunicaciones se garantizó una comunicación asertiva, se realizó en un documento en Word, en donde reposan respuestas rápidas, es decir, se redactaron respuestas a las preguntas más comunes, realizadas por los usuarios, siempre que un paciente se comunicaba por medio de redes sociales y manifestaba tener una urgencia odontológica, se le tomaban los

datos como nombre completo y número de celular y después se le remitía esa información a la Dra. Eliana (subgerente) quien se encargaba de comunicarse con los pacientes y de acuerdo a sus necesidades, agendarle la cita odontológica.

Las piezas graficas elaboradas durante las pasantías fueron:

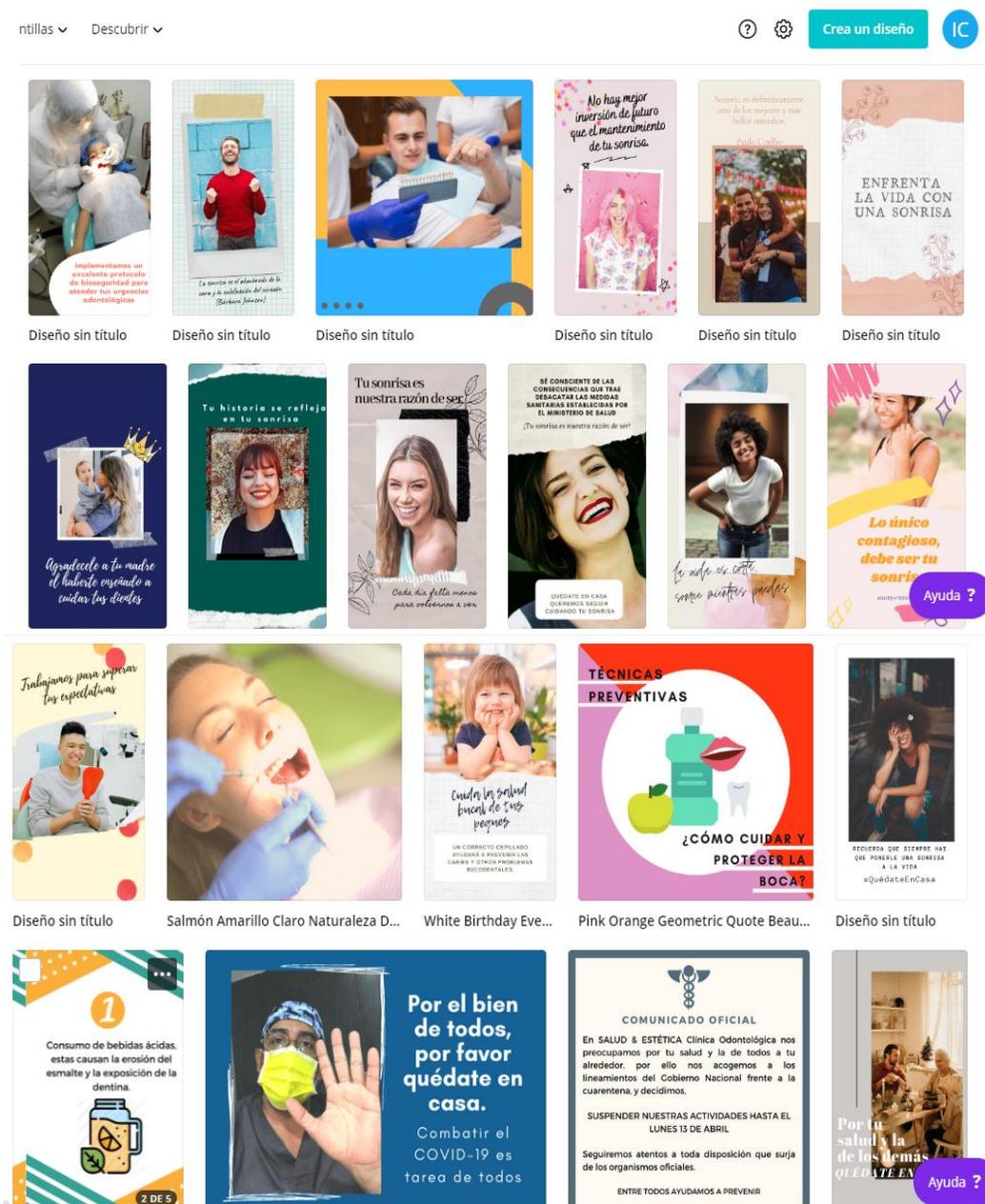


Figura 20. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías. Fuente: Pasante.

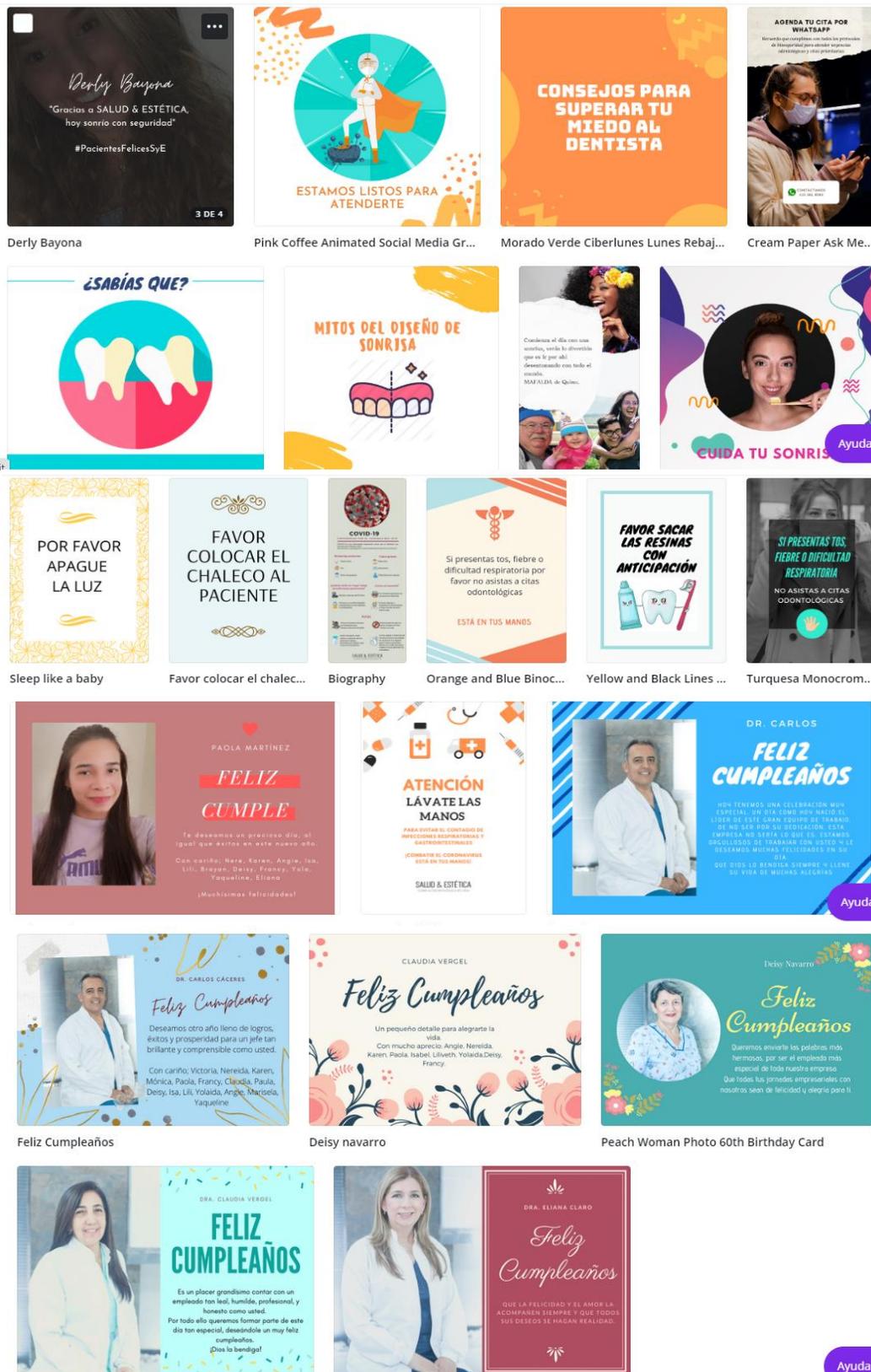


Figura 21. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías. Fuente: Pasante.



DONDE VERDADERAMENTE RADIC...
 Dedica suficiente ...
 Diseño sin título
 Diseño sin título
 Diseño sin título



Naranja Amarillo Año Nuevo Champ...
 Blue & Coral Photo Birthday Greeting Card
 Tarjeta Felicitación Día de la Madre en Rosa y Blanco...



Amarillo Naranja Coral Verde Menta ...
 COMBATE EL COVID ...
 Blue and Green Symptom...
 Rojo Azul Amarillo F...
 Amarillo Rosa Azul Frene...



Amarillo Naranja Coral Verde Menta ...
 COMBATE EL COVID ...
 Blue and Green Symptom...
 Rojo Azul Amarillo F...
 Amarillo Rosa Azul Frene...



Amarillo Naranja Coral Verde Menta ...
 COMBATE EL COVID ...
 Blue and Green Symptom...
 Rojo Azul Amarillo F...
 Amarillo Rosa Azul Frene...

Figura 22. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías. Fuente: Pasante.

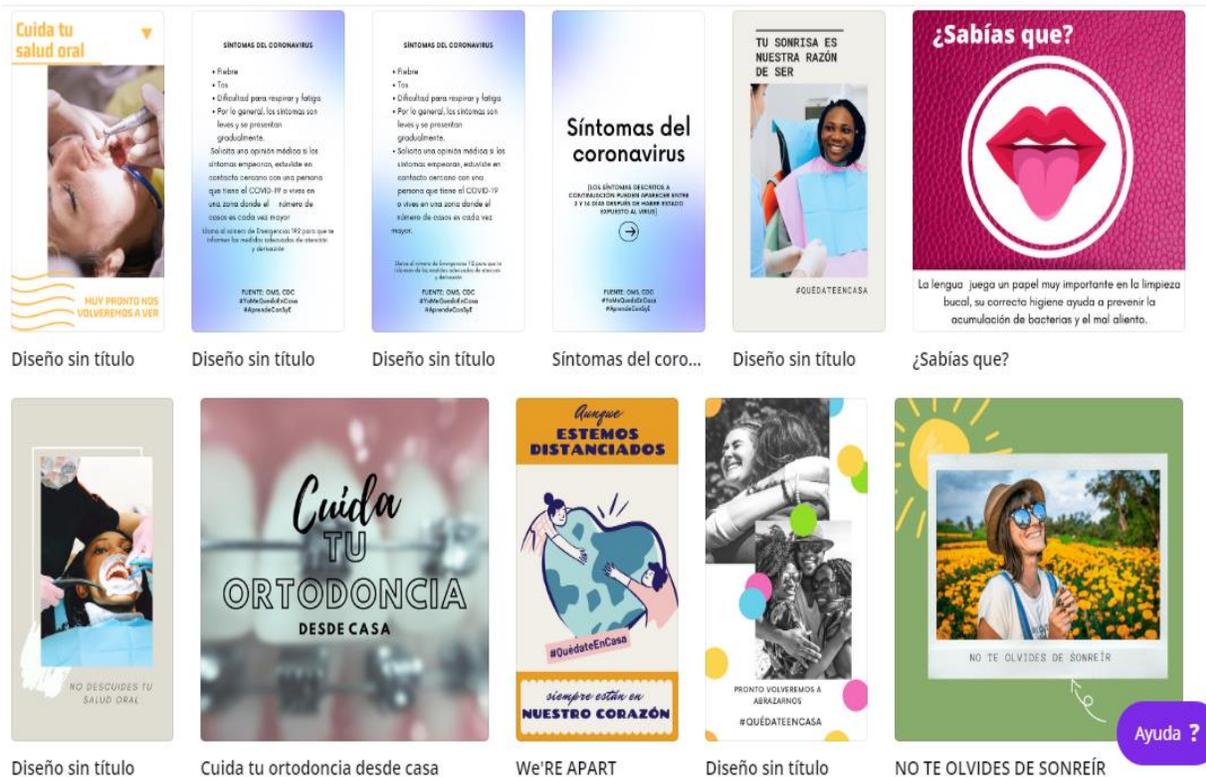


Figura 23. Piezas graficas elaboradas durante las pasantías. Fuente: Pasante.

Las evidencias del desarrollo de las actividades se encuentran en el apéndice, (Ver apéndice G.) al igual que las respuestas recibidas por los usuarios.

Actividad 16. Dar a conocer a los pacientes las nuevas promociones

Se realizó la selección de los tratamientos que recibirían descuentos en el transcurso del año 2020 y a cada tratamiento odontológico, se le realizó una imagen promocional, la cual será difundida por medio de redes sociales para atraer a los pacientes, ello con el objetivo de que todas las personas que nos siguen por medio de redes sociales, se interesen en los tratamientos con descuentos y con ello aumentar el flujo de pacientes en la clínica.

Teniendo en cuenta que en el primer semestre del presente no se pudieron realizar las promociones correspondientes, estas se efectuarán cuando el gobierno nacional, dé la orden de abrir a todo el público, las clínicas odontológicas.

En este sentido, las promociones dadas a conocer fueron las siguientes:



Figura 24. Promociones a tratamientos. Fuente: Pasante



Figura 25. Promociones a tratamientos del 30%. Fuente: Pasante



**DESCUENTO
DEL 20%**

**Realízate ese implante
que tanto necesitas**

Vigencia sólo por el mes de junio

Figura 26. Promociones a tratamientos del 20%. Fuente: Pasante



Promoción

**PRÓTESIS
DENTALES**

20%
Descuento

Oferta limitada

Figura 27. Promoción del 20% a prótesis dentales. Fuente: Pasante.



**APROVECHA EL 15% DE
DESCUENTO**

**TRATAMIENTOS
DE LIMPIEZA Y
BLANQUEAMIENTO
DENTAL**

**CONSIENTE A MAMÁ,
REGÁLALE UN
TRATAMIENTO
ODONTOLÓGICO**

**VIGENCIA SÓLO POR EL MES
DE MAYO DEL 2020**

Figura 28. Promociones a tratamientos del 15%. Fuente: Pasante



Figura 29. Promociones a tratamientos del 30%. Fuente: Pasante

Actividad 17. Suministrar material de entretenimiento a los pacientes para amenizar el tiempo de espera.

Muchas veces el tiempo destinado para realizar un tratamiento odontológico es superado, por ello los pacientes deben esperar más de pensado, en SALUD & ESTÉTICA se implementó material de entretenimiento tanto para los adultos como para los niños, esto con el objetivo de asegurar a los pacientes una estadía amena siempre que visiten la clínica odontológica.

Para los niños se adquirió libros para colorear con una caja de colores la cual reposaba siempre en recepción para que hicieran uso de ella cuando quisieran y para los adultos, cartillas y libros de interés general. (Ver apéndice H.)

Actividad 18. Socializar los resultados de la estrategia con gerencia y el equipo directivo.

La socialización se llevó a cabo el día lunes 08 de junio del 2020 en las instalaciones de la clínica, el informe de resultados se le realizó al comunicador corporativo, quien más adelante se encargará de socializar los resultados obtenidos durante el transcurso de la pasantía, con el gerente de la clínica, pues se encontraba fuera de la ciudad.

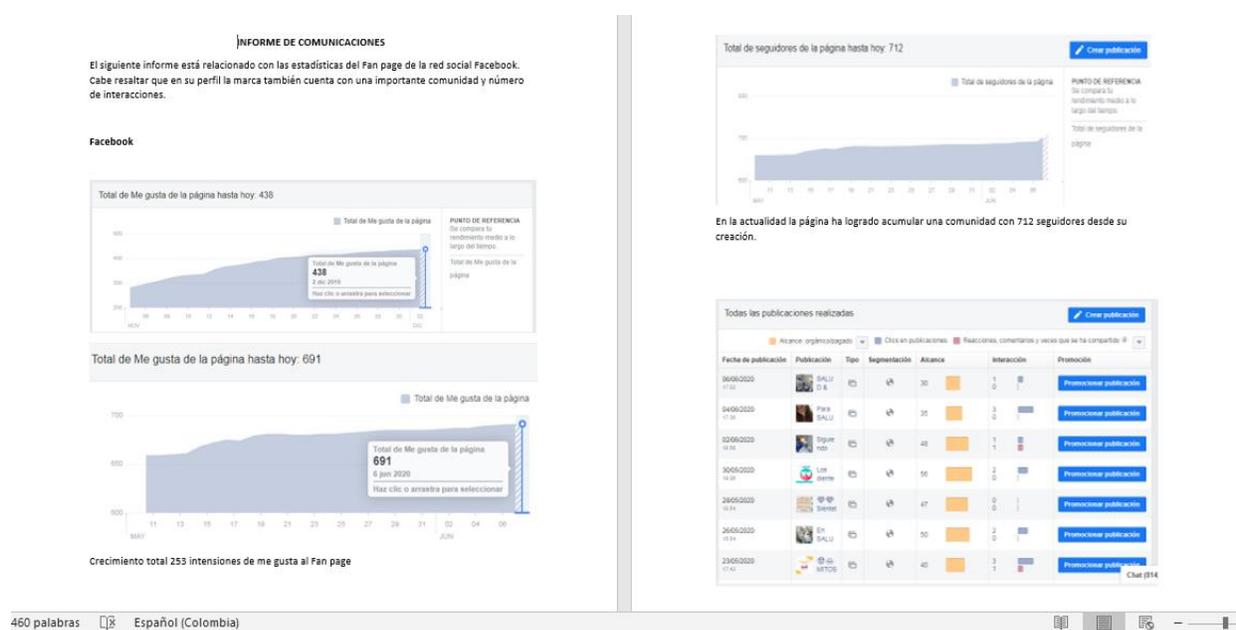


Figura 30. Presentación de los resultados socializados. Fuente: Pasante.

En el apéndice se muestran la evidencia fotográfica de la socialización con el comunicador social de la clínica (Ver apéndice I.)

3.2 Actividades complementarias

- Realización de carteleras informativas para campañas internas. (Ver apéndice J.)

- Acompañamiento en actividades internas: Realización de diapositivas sobre temas específicos, realización de folletos, toma de fotografías. (Ver apéndice K.)

- Actualización de documentos corporativos. (Ver apéndice L.)

- Actualización e impresión de las tarifas que regirán el presente año. (Ver apéndice M)

- Creación de tabla en Word en donde se especifican las contraseñas de las redes sociales, correo electrónico del área de comunicaciones, y del computador asignado para trabajar durante toda la pasantía. (Ver apéndice N.)

- Compra de material de papelería para difundir el material corporativo. (Ver apéndice O.)

Capítulo 4. Diagnóstico final

El desarrollo de la pasantía en SALUD & ESTÉTICA clínica odontológica, permitió al estudiante aportar significativamente tanto a la empresa en general como al área de comunicaciones, poniendo en práctica todos los conocimientos relacionados aprendidos durante el transcurso de la carrera especialmente en el área organizacional a través de la producción de estrategias que faciliten la comunicación externa e interna, creación de material gráfico para eventos internos, externos, creación y publicación de contenido gráfico a las redes sociales manejadas en la organización (Facebook e Instagram) y el Fan page, así como mantener el contacto con los usuarios y seguidores, con el objetivo de brindar siempre un servicio eficaz.

Al momento de llegar a la organización pude evidenciar que se presentaban varias falencias con respecto al manejo de la comunicación externa, el flujo de publicaciones que se realizaban en redes sociales era muy poco, no se le daba respuesta oportuna a las inquietudes de los usuarios por medio de los perfiles de Facebook e Instagram, la clínica no contaba con una plataforma web que le permitiera visibilizar los productos y servicios que se ofrecen y también mantener una comunicación efectiva con los usuarios.

La red social Facebook, evidenció un constante crecimiento de las interacciones en lo que corresponde a la herramienta bandeja de mensajes, principalmente en el perfil, aunque el fan page también reportó algunas interacciones. Durante el mes de mayo, se recibieron aproximadamente 20 solicitudes de nuestros pacientes y comunidad en general.

El Fan Page de Facebook, contaba con 438 me gusta, al culminar la estrategia desarrollada subió a 691, es decir tuvo un crecimiento total 253 intenciones de me gusta al Fan page.

Según información suministrada por el comunicador corporativo, la marca incursionó en esta red social el 31 de octubre de 2019 con la publicación de una campaña de comunicación en honor al día del niño. Desde entonces se ha convertido contenido corporativo y de interés general, incluyendo fechas especiales, casos clínicos, tips, recomendaciones y demás, en busca de un mejoramiento continuo y un mayor número de interacción con el público, la cuenta en Instagram, pasó de tener 746 seguidores a tener 1.044, logró posicionarse constantemente gracias a su visibilidad e interacción con los pacientes, principalmente para dar solución a sus inquietudes y escalar los agendamientos de citas que son requeridos virtualmente.

La empresa actualmente está siendo más visible, gracias a las publicaciones difundidas por medio de redes sociales, los usuarios se interesan por obtener más información sobre los tratamientos ofrecidos y por medio de mensajes directos, solicitan citas odontológicas, ubicación, información de contacto, horario laboral y consultas generales, la plataforma web aún no se ha culminado pues el ingeniero encargado está ultimando detalles con respecto a redacción, diseño y fotografías.

El desarrollo de la estrategia de comunicación externa planteada, se llevó a cabo de manera satisfactoria, cada una de las actividades desarrolladas, permitió dar a conocer la clínica de manera de externa, se plantearon campañas satisfactorias, lo que hizo que aumentara el número de seguidores y que la organización empezara a posicionarse en la mentalidad de las personas

ajenas a ella, la pandemia que se presentó debido al COVID 19, sirvió para demostrarle a los directivos de SALUD & ESTÉTICA, la importancia de hacer presencia en redes sociales, pues muchos de los pacientes utilizaron ese medio de comunicación para mantener contacto siempre con la clínica, para estar informados sobre las medidas que como entidad de salud se tomaban para seguir brindándole un servicio seguro a la comunidad.

Con respecto al portal web, los directivos están muy satisfechos con el avance presentado por el ingeniero, desde el área de comunicaciones se realizaron unos pequeños ajustes necesarios relacionados con ortografía, redacción y diseño, con el propósito de presentar el portal web terminado a finales de agosto del presente año.

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

Capítulo 5. Conclusiones

Este trabajo permite concluir que el ejercicio del comunicador social es de suma importancia para las empresas, en este caso, para clínica odontológica, dado que desde las organizaciones se debe evidenciar y responder las necesidades organizacionales con el fin de manejar la comunicación tanto interna como externa, de posicionar el nombre de la empresa por medio de campañas estratégicas, y de manejar un orden de ideas para llevar a cabo cada uno de sus objetivos planteados como empresa.

Asimismo, se debe resaltar el gran trabajo y el apoyo brindando por el comunicador social de la clínica Odontológica en cada una de las actividades desarrolladas durante la pasantía.

El relacionamiento estratégico y realización de campañas corporativas para posicionar y dar a conocer los productos, servicios o beneficios que ofrece la organización, es otro valor agregado dentro de este trabajo; ya que gracias a la colaboración de los involucrados se logró visibilizar la organización, en sectores y ámbitos donde era desconocida.

Finalmente, se concluye que durante la práctica las dos partes (estudiante – empresa) vieron un crecimiento laboral y personal, dando cumplimiento a los objetivos planteados generando un mayor conocimiento y experiencia

Capítulo 6. Recomendaciones

La principal recomendación para la clínica odontológica SALUD & ESTÉTICA es mantener y contar de manera constante con el profesional de comunicación social dentro de su recurso humano, puesto que es conveniente seguir realizando las funciones orientadas a comunicar, informar y difundir tanto en el ámbito interno como externo las novedades de la organización. Todo ello con la finalidad de llevar a cabo un mejoramiento continuo que le permita crecer en el mercado, mejorar su clima laboral y obtener un mayor reconocimiento de sus servicios en la localidad.

En segundo lugar, se sugiere para la clínica odontológica seguir fortaleciendo su comunicación externa, para tal fin es importante que aplique e implemente las nuevas estrategias comunicacionales creadas a partir de la pasantía, con el propósito de mantener y fortalecer los canales de comunicación puesto que estas fueron diseñadas bajo un modelo que contiene creatividad, innovación y características tecnológicas diferenciadoras, que contribuyan al mejoramiento de la posición actual que tiene la empresa en el sector salud y en su entorno en general, en donde es clave poder llegar al usuario con una página web adecuada, contenidos digitales atractivos y con técnicas de promoción adecuadas.

Finalmente, es recomendable enfocarse siempre en mantener el flujo de publicaciones y hacer presencia en las redes sociales utilizadas para que la comunicación con el personal externo no se vea afectada, teniendo en cuenta la importancia que tiene para la clínica la interacción e intercambio de información con su mercado objetivo, por lo que al publicar contenido debe

buscar que se fortalezca cada vez más la relación creada con el pasar del tiempo, así como también mantener vigente el portal web, en donde se haga más recurrente las visitas y sea visible el portafolio de servicios ofrecidos.

Referencias

Arnoletto, E. J. (2007). *El impacto de la tecnología en la transformación del mundo* . Colombia.

Cárdenas, A. M., & Godoy Daza, D. (2008). *Estrategia de comunicación*. Obtenido de

<https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis122.pdf>

Cárdenas, S. D., & Tirado, L. (2014). *Odontología con enfoque en salud familiar* . Obtenido de

<https://www.scielosp.org/pdf/rcsp/2014.v40n3/397-405>

Congreso de la República. (2018). Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-79360_recurso_2.pdf)

[79360_recurso_2.pdf](https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-79360_recurso_2.pdf)

Constitución Política de Colombia. (1991). Obtenido de <https://www.constitucioncolombia.com/>

El congreso de Colombia . (1989). Obtenido de

http://www.saludcapital.gov.co/Normo/jur/Ley_35_de_1989.pdf

El Congreso de Colombia. (2018). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1887_2018.htm#7

El Congreso de la República . (2019). Obtenido de

https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1978_2019.htm

Franklin, E. B. (2004). *Organización de Empresas*. México. Obtenido de

<https://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>

Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*.

Herrera, H. H. (2012). *Las redes sociales: Una herramienta de difusión* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-1441-de-2013.pdf>

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2009). *Política de Promoción de la Industria del Contenido digital*. Obtenido de <https://culturayeconomia.org/wp-content/uploads/PoliticaContenidosDigitales.pdf>

Moreno, M. (2008). *Hacia una gestión de marketing socialmente responsable: Decisiones de compra y de comunicación*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n4/2218-3620-rus-10-04-103.pdf>

Rodrogez. (2014). *Marketing Digital y Comercio*. Barcelona: Planeta.

SALUD&ESTÉTICA. (2020). *¿Quiénes somos?* Ocaña.

Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de Investigación* (6 Edición ed.). México.

Apéndice

Apéndice A. Oficio de solicitud para agendar reunión con el comunicador social de la clínica odontológica, Salud & Estética.

SALUD & ESTÉTICA

CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA

Señor
DARWIN FRANCO QUINTERO
Comunicador Corporativo
Ocaña, Norte de Santander

Cordial saludo

Por medio de la presente solicito amablemente la confirmación de fecha y hora para llevar a cabo una reunión que me permitirá conocer el manejo de la comunicación en la clínica y los objetivos planteados para el 2020, como requisito para desarrollar las actividades planteadas en el proyecto de pasantía que desarrollaré en el transcurso del primer semestre del 2020.

Agradezco su atención y mayor colaboración,

ISABEL CRISTINA MANZANO CARRASCAL
Gerente SALUD & ESTÉTICA

NIT: 900261059-8 Tel: (7) 562 65 74 - 315 381 85 93
Dirección: Cra. 12 # 8 - 89 -Ocaña, Norte de Santander
Odontología general y especializada

Apéndice B. Entrevistas aplicadas al personal interno y externo

1. Entrevista dirigidas a personal interno:

Empleado 1:

Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias, desde el conocimiento de los colaboradores.

Fecha: 21/02/2020 Hora: 10:50 a.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Carlos Alberto Cáceres González

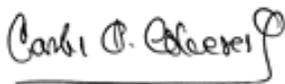
Cargo: Gerente

Descripción

Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica? ¿Por qué?
- 3 ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?
- 4 ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?



Firma:

Carlos Alberto Cáceres González
Gerente de SALUD & ESTÉTICA
Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Como gerente de la clínica considero que la comunicación que manejamos en SALUD & ESTÉTICA es buena, sin embargo, siento que hay mucho por trabajar para considerarla la mejor. Desde el área de comunicaciones, hemos planteado nuevas iniciativas que nos proyectan a tener un mayor acercamiento con el usuario y la implementación de nuevos proyectos en su beneficio.

**2. ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?**

Rta/ Claro, es muy importante. Gracias a las estrategias que se han realizado en la clínica, se ha logrado evidenciar un mayor reconocimiento en la ciudad y hemos entendido la importancia que tiene la comunicación a nivel organizacional. Ahora, tenemos el reto de seguir construyendo empresa y visibilizar todo lo que logramos internamente.

3. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?

Rta/ Sí, estoy satisfecho, siento que estamos en un proceso de crecimiento y todo esto nos ayudará a fortalecer no solo la comunicación, también, nuestro clima organizacional, nuestra motivación.

4. ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?

Rta/ Siempre nos hemos capacitado para lograr que la interacción con el cliente sea única, tratamos de ser amables, respetuosos y comprensivos con los casos que manejamos; en ese orden de ideas, considero que sí, es muy buena.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Trataría al máximo que el tiempo de espera en sala no se convierta en una molestia para el paciente, creo que este es un tema a fortalecer, no solo desde la organización de nuestras agendas, a su vez, desde administración y recepción para lograr brindar una atención excepcional y facilitación de las herramientas de entretenimiento que hemos planteado con comunicaciones.

Empleado 2:

Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias, desde el conocimiento de los colaboradores.

Fecha: 20/02/2020 Hora: 05:30 p.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Darwin Franco Quintero

Cargo: Comunicador corporativo de SALUD & ESTÉTICA

Descripción

Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica? ¿Por qué?
- 3 ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?
- 4 ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Darwin Franco

Firma:

Darwin Franco Quintero

Comunicador corporativo de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Mi Percepción frente al manejo de las comunicaciones en nuestra organización es positiva, hemos venido sumando esfuerzos para empezar a implementar nuevos proyectos de comunicación en SALUD & ESTÉTICA que nos permitan visibilizar un poco más la marca y todo lo que ofrecemos desde la clínica como tal, sin embargo siento que no hemos podido cubrir muchísimas cosas porque el área de comunicaciones en la organización es relativamente nueva y esto nos lleva a ponernos muchos compromisos y metas por cumplir, para ello necesitamos empezar a manejar muchas cosas más que fortalezcan el sistema de comunicaciones.

2. ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica? ¿Por qué?

Rta/ Por supuesto que sí, porque ese tipo de trabajo es lo que nos lleva a mostrarle a la sociedad, qué hacemos, digamos que transmitir esa realidad que día a día manejamos acá en la organización y claramente somos un servicio de odontología general y especializada que hoy por hoy acude a muchas personas que quieren realizarse un diseño, un blanqueamiento, una limpieza, entonces básicamente eso necesitamos transmitirlo a través de trabajo como estrategia que nos permita ganar muchos más clientes.

3. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?

Rta/ Siento que estamos en un punto donde estamos emprendiendo nuevos proyectos, sin embargo, siento que tenemos que emprender muchas cosas más y pues creería que todavía no me encuentro completamente satisfecho con todo lo que queremos lograr a nivel de comunicación en la organización.

4. ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?

Rta/ Desde la rama administrativa, incluso desde la rama operativa, siempre hemos velado porque el paciente sienta un respeto y una interacción adecuada, no solamente en el servicio, sino también desde el primer momento o su llegada a la clínica, que sea el mejor, no sabría calificarlo como el mejor porque queda un poco complejo llegar a todos los escenarios de la comunicación en la clínica, pero digamos que sumamos esfuerzos para que sea el adecuado, siempre con respecto y solucionando todos los inconvenientes que tenga alguno de nuestros pacientes.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Cambiaría todos aquellos aspectos de la comunicación que nos lleven a ser mejores dentro de la organización, tratar de a través de esas estrategias que mencionabas anteriormente, llegar a detalles que sean muy importantes para el paciente como amenizar su tiempo de espera en sala, como que cuando llegue a la clínica sienta una interacción o una experiencia diferente y que siempre que salgan de nuestra organización lleven ese mensaje de satisfacción a otras personas y que puedan retribuir los referidos gracias a esa experiencia, entonces siempre mejoraría esa interacción con el cliente

Empleado 3:

**Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA
Clínica Odontológica**

**Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias,
desde el conocimiento de los colaboradores.**

Fecha: 21/02/2020 Hora: 11:30 a.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Liliveth Fernanda Torrado Arenas

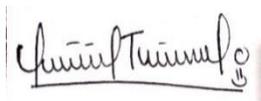
Cargo: Recepcionista de SALUD & ESTÉTICA

Descripción

Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?
- 3 ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?
- 4 ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?



Firma:

Liliveth Fernanda Torrado Arenas

Recepcionista de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Lo que he percibido frente al manejo de comunicación en la clínica es que ha sido un proceso de interacción frente a los clientes y entre nosotros mismos los trabajadores donde se ha compartido, expresado ideas y deseos para brindar un mejor servicio.

**2. ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?**

Rta/ Sí, porque la clínica se ha dado a conocer mediante las diferentes actividades que se ha realizado al público, también son importantes porque la buena comunicación y la publicidad ayudan a difundir los servicios que se ofrecen en nuestra clínica.

3. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?

Rta/ Si, la comunicación que se maneja es satisfactoria ya que es una comunicación directa con el cliente.

4. ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?

Rta/ En general la comunicación con el paciente es buena, sin embargo, se deberán implementar métodos de mayor interacción con ellos.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Si tuviera la oportunidad, sería que las citas se pudieran sacar virtualmente por medio de una plataforma, así el paciente podría verificar mediante la plataforma web si en llegado caso se le olvida qué día tiene su cita.

Empleado 4:

Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias, desde el conocimiento de los colaboradores.

Fecha: 21/02/2020 Hora: 04:00 p.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Angie Barbosa Arias

Cargo: Secretaria de gerencia en SALUD & ESTÉTICA

Descripción

Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?
- 3 ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?
- 4 ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?




Firma:

Angie Barbosa Arias

Secretaria de gerencia en SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Fuente: Pasante

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Desde mi punto de vista las comunicaciones de SALUD & ESTÉTICA han tenido un manejo satisfactorio, enfocados siempre en el mejoramiento continuo.

**2. ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?**

Rta/ Es muy importante, pues gracias a esas estrategias se logra visibilizar la clínica y los servicios que se ofrecen a los usuarios.

3. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?

Rta/ Me siento satisfecha, pero estoy segura que se puede mejorar, pensando siempre en utilizar herramientas que nos permitan tener una comunicación más efectiva y así obtener mejores resultados.

4. ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?

Rta/ El objetivo de la clínica siempre ha estado enfocado en brindar la mejor atención a los usuarios en todos los aspectos, por ello considero que la comunicación con el usuario es muy buena.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Me gustaría que tuviéramos más presencia en redes sociales para poder llegar más usuarios y visibilizar con más fuerza los productos y servicios que ofertamos.

Empleado 5:

**Entrevista a colaboradores administrativos y operativos de SALUD & ESTÉTICA
Clínica Odontológica**

**Objetivo: Conocer el manejo de la comunicación en cada una de las dependencias,
desde el conocimiento de los colaboradores.**

Fecha: 20/02/2020 Hora: 02:45 p.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Angela Paola Martínez Rangel

Cargo: Auxiliar de odontología en SALUD & ESTÉTICA

Descripción

Para obtener un mayor conocimiento sobre el estado de la comunicación en la organización y lograr interpretar cada uno de sus aspectos, es muy importante conocer la percepción que tienen los colaboradores internos de SALUD & ESTÉTICA. Para ello, se realiza una entrevista a administrativos y personal operativo.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica? ¿Por qué?
- 3 ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?
- 4 ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?



Scanned with CamScanner

Firma:

Angela Paola Martínez Rangel

Auxiliar de odontología en SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Según lo que puedo evidenciar, la comunicación en SALUD & ESTÉTICA ha mejorado mucho y me parece que cada día nos comunicamos mejor tanto interna como externamente.

**2. ¿Considera importante realizar campañas o estrategias de comunicación en la clínica?
¿Por qué?**

Rta/ Si es importante porque esas actividades sirven para visibilizar a los odontólogos y los tratamientos que se ofertan, todas esas campañas son muy importantes para las organizaciones y entre más se hagan, resultamos beneficiados como clínica.

3. ¿Se siente satisfecho con la comunicación que actualmente manejan en su dependencia?

Rta/ La comunicación en la dependencia a la que pertenezco es muy buena, la relación con los demás que pertenecen a la misma dependencia y con el personal en general es excelente, lo que nos permite comunicarnos de muy buena manera.

4. ¿Qué opina de la comunicación que se maneja con el paciente? ¿Es la mejor?

Rta/ La comunicación con el paciente es buena, pero no la mejor se deben utilizar estrategias para que llegue a ser la mejor, crear nuevos medios para brindar información oportuna a nuestros usuarios.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ La verdad no cambiaría nada, reforzaría el trabajo que venimos haciendo para obtener mejores resultados.

2. Entrevistas dirigidas al personal externo

Entrevista a personal externo de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Paciente 1:

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 20/02/2020 Hora: 02:40 p.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Valentina Aro Maldonado

Paciente: Ortodoncia – Dra. Eliana Claro

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1 ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2 ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3 ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4 ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5 Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Valentina Aro Maldonado
Paciente de SALUD & ESTÉTICA
Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Mi percepción es buena, desde que se tiene contacto con el personal de la clínica se recibe una comunicación eficiente.

2. ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Rta/ Sí es importante porque gracias a esas campañas se da a conocer la clínica para que así lleguen más pacientes a realizarse tratamientos odontológicos.

3. ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?

Rta/ Si las conozco, los sigo en Facebook e Instagram y me gustan las publicaciones que realizan, pero deberían de publicar más seguido y subir fotos de los tratamientos que realizan.

4. ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Me parece que la publicidad es buena, me gusta todas las cosas que hacen para darse a conocer.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ La verdad no cambiaría nada, siento que están muy bien y que cada día tienen muy buenos avances en todos los aspectos.

Paciente 2:

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 22/02/2020 Hora: 09:30 a.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Astrid Guerrero

Paciente: Periodoncia – Dr. Carlos Cáceres.

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1** ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2** ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3** ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4** ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5** Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Astrid Guerrero

Paciente de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Me parece que las comunicaciones en la clínica las manejan muy bien, el personal en general siempre es muy atento y cada vez que necesito resolver una inquietud o agendar una cita recurro al número telefónico y todas las veces recibo una buena atención.

2. ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Rta/ Sí, me parece que es muy conveniente ya que con esas campañas se dan a conocer y así van a llegar más pacientes a realizarse tratamientos odontológicos.

3. ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?

Rta/ No, la verdad no las conozco porque no tengo acceso a esas nuevas tecnologías.

4. ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Me gusta mucho la manera en que manejan la información en la clínica, todos los avisos y sugerencias los realiza con colores muy llamativos y con dibujos alusivos a la odontología, la fachada también está muy llamativa y hace que las personas encuentren fácilmente la clínica.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Yo estoy muy contenta con el trato que me brindan y los tratamientos que me realizan, el doctor es muy buen odontólogo y siempre quedo muy contenta con los tratamientos que me realiza, tengo mucho tiempo de estar asistiendo a esta clínica y no la cambio por otra, ya los doctores se ganaron mi confianza.

Paciente 3:

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 21/02/2020 Hora: 10:45 a.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Carolina Núñez Picón.

Paciente: Blanqueamiento – Dra. Victoria Peñaranda.

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1** ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2** ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3** ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4** ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5** Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Carolina Núñez Picón.

Paciente de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ La percepción que tengo frente al manejo de la comunicación de SALUD & ESTÉTICA es muy buena ya que cada vez que tengo una inquietud o necesito apartar cita en su agenda, de manera muy cordial y atenta responden a mi llamado y quedo satisfecha con la prestación del servicio que me brindan.

2. ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Rta/ Sí, considero importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación ya que es el medio por el cual me doy por enterada de cómo puedo llevar a cabo una excelente higiene oral y tener una buena experiencia odontológica.

3. ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?

Rta/ Sí, si conozco las redes sociales de la clínica y claro que me siento conforme con su contenido ya que día a día me entero de cómo va avanzando la clínica y por quienes está conformada, me gustaría que realizaran más publicaciones para recibir mucha más información sobre descuentos, tratamientos e información general.

4. ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Mi opinión acerca de la publicidad que maneja la clínica SALUD & ESTÉTICA es excelente ya que van demostrando el avance profesional de la misma.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Hasta el momento no tendría nada que cambiar de la clínica porque me ha brindado todo lo bueno que hay en ella.

Paciente 4:

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 22/02/2020 Hora: 09:30 a.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Laudith Contreras.

Paciente: Odontología general – Dra. Mónica Claro.

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1** ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2** ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3** ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4** ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5** Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Laudith Contreras.

Paciente de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ La comunicación en la clínica es muy eficiente, la experiencia que he tenido con la doctora Mónica ha sido muy buena, aparte de que es una excelente odontóloga, ella siempre me llama para recordarme la cita o manifestarme si llegará un poco tarde o si se debe cancelar la cita y en cuanto a la clínica me parece que la comunicación que le brinda a sus pacientes es muy buena.

2. ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Rta/ Me parece que sí, cualquier cosa que se utilice para mejorar en una organización siempre va a tener muchos beneficios y el hecho de realizar campañas y estrategias siempre va a influenciar de manera positiva a las personas que están involucradas directa e indirectamente con la clínica.

3. ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?

Rta/ No, la verdad no sabía que tenían presencia en redes sociales.

4. ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ La publicidad que manejan en la clínica es buena, siento que brindan la información necesaria para nosotros los usuarios, pero considero que deberían de utilizar otros medios para pautar publicidad, pues existe mucha gente que no tiene conocimiento sobre esta clínica y eso sería fundamental para que se aumenten los pacientes considerablemente.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ No cambiaría nada porque son muy buenos, el personal de odontología es muy profesional y de igual manera, el personal de atención al usuario, sólo se deberían mejorar los aspectos que mencioné en la pregunta realizada anteriormente y eso para beneficio de la clínica.

Paciente 5:

Entrevista a pacientes de SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los pacientes de SALUD & ESTÉTICA frente al manejo de la comunicación en la clínica

Fecha: 21/02/2020 Hora: 05:30 p.m.

Nombre del entrevistador: Isabel Cristina Manzano Carrascal

Nombre del entrevistado: Cindy Ruedas.

Paciente: Endodoncia – Dra. Francy Manrique.

Descripción

Conocer la opinión de los pacientes frente a la comunicación que perciben en la clínica, es fundamental para identificar qué tan bien se está manejando; por lo anterior, se realiza una entrevista aleatoria a los pacientes de los diferentes odontólogos de SALUD & ESTÉTICA.

PREGUNTAS

- 1** ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?
- 2** ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?
- 3** ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?
- 4** ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?
- 5** Sí tuviera la oportunidad de mejorar algo de la clínica ¿Qué cambiaría?

Cindy Ruedas.

Paciente de SALUD & ESTÉTICA

Ocaña, Colombia

Transcripción de la entrevista:

1. ¿Cuál es su percepción frente al manejo de la comunicación en SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Me parece que las comunicaciones en la clínica tienen un buen manejo, pues tengo muchos años de estarme realizando tratamientos odontológicos en esta clínica y siempre he recibido una buena atención tanto por medios telefónicos como de manera presencial.

2. ¿Considera importante que la clínica realice campañas o estrategias de comunicación? ¿Por qué?

Rta/ Claro, esas campañas de comunicación son muy importantes para cualquier organización, porque se implementan muchas cosas que generalmente tienen consecuencias positivas para la clínica.

3. ¿Conoce las redes sociales de la clínica? ¿Se siente conforme con su contenido?

Rta/ No, no sabía que la clínica contaba con redes sociales.

4. ¿Qué opina de la publicidad que maneja SALUD & ESTÉTICA?

Rta/ Me parece que la publicidad es muy apropiada, cada día están más presentes en la mente de los usuarios, lo que hace que lleguen más personas a la clínica.

5. Si tuviera la oportunidad de mejorar algo en la clínica ¿Qué cambiaría?

Rta/ Considero que tanto los odontólogos como los administrativos cumplen muy bien con su trabajo, lo que hace que la clínica funcione muy bien, no tendría nada que cambiar de SALUD & ESTÉTICA.

Evidencia fotográfica de la entrevista:



Apéndice C. Documento emitido a la gerencia sobre los requisitos necesarios para el portal web

Creación de una plataforma web para SALUD & ESTÉTICA

Clínica Odontológica IPS LTDA

▪ Necesidad

Crear una plataforma web para la Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA que permita dar a conocer sus servicios y razón social con mayor inmediatez y accesibilidad tecnológica.

▪ Expectativas

- Contar con una plataforma web atractiva, accesible, inmediata y fácil de navegar
- Con contenido de alta calidad
- Que se adapte a dispositivos móviles y portátiles
- Aparezca como principal contenido en buscadores de Google
- Pueda obtener la información necesaria para los usuarios que la visiten

▪ Requerimientos

PÁGINA IDE INICIO

Esta página debe contar con un botón de inicio que redirecciones nuevamente a los usuarios a la página principal y navegar en cualquiera de las pestañas de despliegue donde reposará toda la información sobre la organización.

De la misma manera, deberá contener llamadas a la acción, con el objetivo de facilitar la navegación y dirigirlos a otros escenarios con tan solo un clic: ejemplo de ello, botones para redes sociales, números telefónicos o correo electrónico corporativo.

La búsqueda personalizada de Google y una galería fotográfica para la presentación de publicidad es algo infaltable en este espacio para garantizar una excelente experiencia.



PESTAÑAS

Cada una de las pestañas deberá desplegar la información correspondiente a su tema y encargarse de llevar al usuario a las opciones que presenta.

Nosotros: En esta pestaña el usuario podrá encontrar toda la información correspondiente a la razón social de la organización; es decir, su presentación, misión, visión, valores corporativos y espacios en los que presta el servicio.

Tratamientos: Esta pestaña dará a conocer cada uno de los servicios generales y especializados que ofrece la clínica: odontología general, ortodoncia, diseño de sonrisa, periodoncia, endodoncia, implantología, cirugía oral, rehabilitación oral, radiología oral, promoción y prevención.

Se espera que cada uno de ellos pueda presentar de manera detallada la descripción del tratamiento, imágenes o videos y los contactos necesarios para convencer al usuario de agendar una cita a través del botón como llamada a la acción.

Financiación: Esta pestaña abre al usuario la posibilidad de recibir mayor información sobre los planes de financiación que ofrece la clínica en sus diferentes tratamientos. Para ello, se espera contar con casillas de información que permitan conocer quién está detrás de la pantalla y cuál es su principal inquietud.

Profesionales: Esta pestaña por su parte, presentará en un **pop-up** a cada uno de nuestros profesionales y especialistas con el fin de generar un mayor acercamiento con los usuarios.

Se recomienda especificar educación, años de experiencia, contacto... entre otros.



Trabaja con nosotros: En este espacio los usuarios tendrán la posibilidad de conocer un poco más sobre la organización y compartimos su hoja de vida para las vacantes que requiera la clínica.

Contáctanos: Esta página facilitará al usuario todos los medios por los que puede contactarse con la clínica: correo electrónico, redes sociales, números telefónicos.

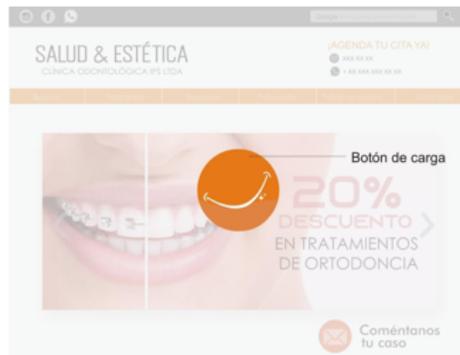
extensiones, dirección de la sede, e incluso, un formulario en que el usuario pueda llenar sus datos, dejar un mensaje y enviarlo a la administración de la clínica.



BOTÓN DE CARGA

Para evitar dejar la plataforma en blanco o sin conexión mientras carga algún sitio, se considera importante generar un botón con la sonrisa de la marca que represente la carga del sitio mientras se espera.

Este botón puede ser animado de tal manera que se vaya rellenando mientras carga, o sencillamente variar sus colores hasta mostrar el sitio.



Recomendaciones

Se recomienda para todos los casos, manejar una plantilla con una gama cromática neutra y alineada a los colores corporativos. De la misma manera, se espera que cada uno de los botones y llamadas a la acción funcionen correctamente, remitiendo al usuario a los sitios correspondientes y con la mayor brevedad posible.

Garantizar que la practicidad sea una de las principales ventajas durante la navegación en la plataforma. Los usuarios deberán sentirse cómodos y en confianza con la marca para generar una interacción exitosa.

Solicitar gran profesionalismo y creatividad por parte de los involucrados para la producción del contenido, este deberá ser atractivo y estratégico.

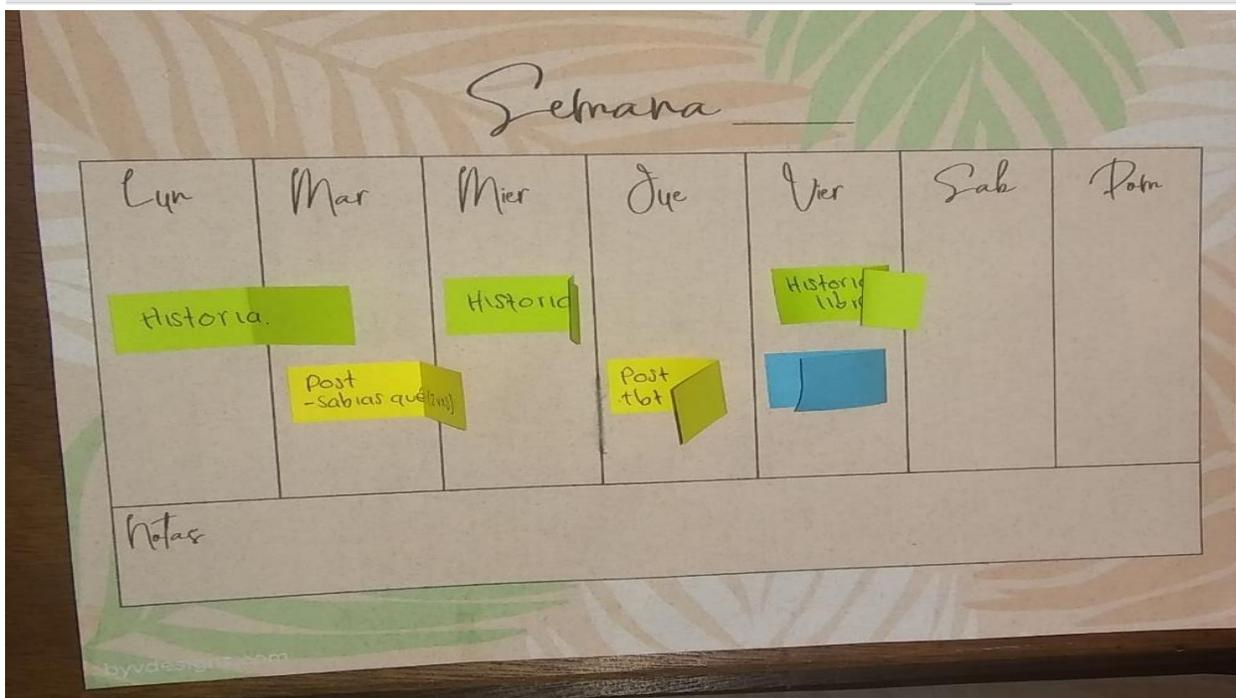
Apéndice D. Evidencia fotográfica de la contratación del ingeniero para el diseño de la página web



Apéndice E. Cronograma diseñado para la ejecución de las actividades

| SALUD & ESTÉTICA CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA | | | | | | | | |
|---|------------|--|-------------|------------|-------------------|---|-------------------------------------|--|
| CALENDARIO CONVERSACIONAL - REDES SOCIALES | | | | | | | | |
| FECHA | HORA | RED SOCIAL | TEMA | No. PIEZAS | TIPO DE CONTENIDO | DESCRIPCIÓN | IMAGEN TOMADA DE | ETIQUETAS |
| 4-feb | 03:30 p.m. | Facebook.(Perfil y Fanpage) e Instagram. | Informativa | 1 | Post | Contamos con diferentes tratamientos para tí y con los mejores planes de financiación, que nada te impida sonreír 😊 Recuerda que la valoración es completamente GRATIS | PEXELS Banco de imágenes gratuitas. | #Ortodoncia #DiseñodeSonrisa #Periodoncia #Endodoncia #Implantologia #CirugiaOral #RehabilitaciónOral #RadiologíaOral |
| 7-feb | 04:10 p.m. | Facebook.(Perfil y Fanpage) e Instagram. | Informativa | 1 | Post | Cada día nos esforzamos por garantizarle a nuestros pacientes la mejor experiencia odontológica. Deja tu sonrisa en manos de especialistas, visita SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica | PEXELS Banco de imágenes gratuitas. | |
| 7-feb | 06:15 p.m. | Facebook | Celebración | 5 | Post | Album de fotos: Cumpleaños_Dra. Claudia Vernal | Fotografías tomadas por | |

| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J |
|----------|------------|--|--------------|---|----------|--|---|----------------------|---|
| 4-jun-20 | 04:02 p.m. | Facebook.(Perfil y Fanpage) e Instagram. | Publicitaria | 2 | Post | Para SALUD & ESTÉTICA es un verdadero placer hacer parte de los cambios positivos en la vida de muchas personas. Gracias a nuestra paciente DS BM, por la confianza depositada en nuestros especialistas. Recuerda que cumplimos con todos los protocolos de bioseguridad para garantizarte un tratamiento seguro. Estamos atendiendo urgencias odontológicas y citas prioritarias. Comunicate con nosotros a través de los siguientes números: ☎ 562 6574 - ☎ 315 381 8593. #PacientesFelicesSyE | Diseño realizado por la pasante de Comunicación Social Foto: Banco de fotografía corporativa | #PacientesFelicesSyE | |
| 5-jun-20 | 05:56 p.m. | Instagram y Facebook. | Publicitaria | 1 | Historia | ¡Agenda tu cita por Whatsapp! | Diseño realizado por la pasante de Comunicación Social Foto: PEXELS Banco de imágenes gratuitas. | | |
| 6-jun-20 | 04:58 p.m. | Facebook.(Perfil y Fanpage) e Instagram. | Informativa | 1 | Post | SALUD & ESTÉTICA acopló sus instalaciones para ofrecerte todos los protocolos de bioseguridad. Estamos atendiendo urgencias odontológicas y citas prioritarias. Contáctanos 562 6574 - 315 381 8593 Tu sonrisa es nuestra razón de ser, gracias por confiar en nosotros. | Banco de fotografía corporativa | | |



Apéndice F. Documento emitido sobre la correcciones de realizadas de los avances de la página web

K S abc X₂ X² A a/ A

Normal Sin espa... Título 1 Título 2 Título Subtítulo Enf

Fuente Párrafo Estilos

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA

Señores
Dra. Eliana Claro, Dr. Carlos Cáceres.
Ocaña, Norte de Santander

Cordial saludo

El equipo de comunicaciones, a través de éste medio, solicita muy amablemente que por favor revisen las definiciones que actualmente tiene la organización frente a los tratamientos que se realizan en SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica y en la casilla que dejamos disponible realizan las correcciones que consideren pertinentes.

Agradecemos su atención y mayor colaboración.

Odontología general:
Definición actual: Es la encargada del diagnóstico, prevención y tratamiento de las lesiones de la cavidad oral, recuperando así la función y la estética.

SALUD & ESTÉTICA
CLÍNICA ODONTOLÓGICA IPS LTDA

Ortodoncia:
Definición actual: Especialidad que se encarga del estudio, prevención, diagnóstico y tratamiento de las anomalías de forma, posición, relación y función de las estructuras ~~dentomaxilofaciales~~ mediante el uso y control de diferentes tipos de fuerzas, logrando de esta manera la armonía dental y la estética.

Diseño de sonrisa:
Definición actual: Procedimientos que tienen como finalidad embellecer las sonrisas y lograr en estas una apariencia más juvenil y armónica, corrigiendo problemas de tamaño, forma, posición y color de los dientes, mediante diversos procedimientos.

Periodoncia:
Definición actual: Especialidad que estudia la prevención, diagnóstico y tratamiento de las enfermedades que afectan los tejidos que dan soporte a los dientes, para el mantenimiento de la salud, función y estética de los dientes y tejidos adyacentes.

Redacción y Correcciones Portal Web

Bienvenida:

En SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica IPS, contamos con un equipo de profesionales que pone en práctica los más exigentes controles de calidad en cada uno de los procesos contando con toda la tecnología disponible para brindarle a nuestros pacientes una atención segura y oportuna, que nos permita garantizarles la sonrisa de sus sueños.

Frases de Odontología:

- Tu sonrisa, nuestra razón de ser
- Confía tu sonrisa en manos de los mejores odontólogos
- Odontología especializada
- Construimos sonrisas estéticas

Financiación a su alcance:

Sólo preocúpate por sonreír, en SALUD & ESTÉTICA contamos con excelentes y asequibles planes de financiación para que puedas realizarte ese tratamiento odontológico que necesitas.

El tema económico ya no te impedirá sonreír.

Recibe valoración totalmente gratis

Trabaja con nosotros:

1. ¿Quieres hacer parte de nuestra Clínica Odontológica SALUD & ESTÉTICA? Estamos buscando talentos como tú, con ética profesional, trabajo en equipo, calidad y excelencia.
2. Somos una organización enfocada en las personas, razón por la cual nos preocupamos por contar con el mejor talento humano, te invitamos a hacer parte de nuestro equipo. ¡Envíanos tu hoja de vida!

Tratamientos:

Odontología general: Es la encargada del diagnóstico, prevención y tratamiento de las lesiones de la cavidad oral, recuperando así la función y la estética.

Ortodoncia: Especialidad que se encarga del estudio, prevención, diagnóstico y tratamiento de las anomalías de forma, posición, relación y función de las estructuras dentomaxilofaciales, mediante el uso y control de diferentes tipos de fuerzas, logrando de esta manera la armonía dental y la estética.

Diseño de sonrisa: Procedimientos que tienen como finalidad embellecer las sonrisas y lograr en estas una apariencia más juvenil y armónica, corrigiendo problemas de tamaño, forma, posición y color de los dientes, mediante diversos procedimientos.

Implantología: Es la disciplina de la odontología que tiene como objetivo sustituir dientes perdidos mediante la colocación quirúrgica de un aditamento llamado implante en el hueso maxilar o mandibular.

Cirugía oral: Es la especialidad odontológica encargada del diagnóstico, la prevención y el tratamiento de las patologías bucales, incluye procedimientos de exodoncias simples, quirúrgicas, extirpación de quistes, frenillectomía.

Rehabilitación oral: Especialidad encargada de la restauración dental, devuelve la función, la estética y la armonía oral mediante prótesis dentales que reemplazan los dientes perdidos, logrando una estabilidad oclusal y una función correcta.

Radiología oral: Las radiografías de los dientes, ayudan a diagnosticar enfermedades y lesiones de los dientes y los tejidos óseos, facilitando así su tratamiento.

Promoción y prevención: Medidas encaminadas a la prevención en la salud oral, incluyendo educación y procedimientos preventivos como: detartraje, profilaxis, y en niños sellantes y aplicación tópica de fluor.

Correcciones:

1. En la sección de 'Contáctenos': **Ponerle tilde a la palabra 'estética'**
2. En la sección de 'Profesionales': Agregar la foto a color y agregar una pequeña biografía de cada odontólogo.
3. Poner la especialidad de cada odontólogo.
4. Actualizar 'The Team': - Eliminar a la doctora Wendy Soto porque ya no hace parte del cuerpo de odontólogos de la clínica.
 - Eliminar a Melisa Osorio, la antigua recepcionista.
 - Editar el cargo de Angie Barbosa, su cargo actual es secretaria de gerencia.
5. Actualizar los horarios de atención: La clínica maneja los siguientes horarios; de lunes a viernes 08:00 a.m. a 12:30 p.m. – 02:00 p.m. a 06:30 p.m. y los sábados de 08:00 a.m. a 12:30 p.m.
6. Agregar a la sección de 'Nosotros', la mascota corporativa (Tooth).

Apéndice G. Evidencias fotográficas de la entrega de piezas gráficas y respuestas de los usuarios a las publicaciones



Mensaje de contestación.

-Hola ¡buen día!

Bienvenido a SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica.

Es un verdadero placer para nosotros interactuar contigo el día de hoy; Cuéntanos, ¿en qué te podemos colaborar?

Mensaje de información

-Para brindarte toda la información necesaria sobre ese tratamiento odontológico, te invitamos a que accedas a una valoración completamente gratis con el especialista encargado, sólo debes visitar nuestra clínica odontológica SALUD & ESTÉTICA ubicada en el barrio El Torito, carrera 12 # 8-89 (diagonal a la Funeraria Páez)

Nuestro horario de atención al usuario es de lunes a viernes de 08:00 a.m. a 12:30 p.m. y de 02:00 p.m. a 06:30 p.m. los sábados de 08:00 a.m. a 12:30 p.m.

Te esperamos.

Mensaje de información de contacto:

-Hola ¡buen día! Bienvenido a SALUD & ESTÉTICA Clínica Odontológica. Nuestros números de atención al usuario son: 562 6574 – 569 4752 WhatsApp: 315 381 8593 Cel.: 315 381 2833.

Mensaje de ubicación.

Hola ¡buen día!

Bienvenido a SALUD & ESTÉTICA Clínica odontológica.

Es un verdadero placer para nosotros interactuar contigo el día de hoy.

Nuestra clínica odontológica está ubicada en el barrio El Torito, carrera 12 # 8-89 (diagonal a la

Facebook Messenger interface showing a chat conversation with Fernanda Castilla.

Facebook Messenger Header: Busca, Saludyestética, Inicio, Crear

Chat List (Left):

- Nuevas solicitudes de me... De **Ciro Romero y 1 más**
- Fernanda Castilla** Buenos Días · 9:56
- Luisa Fernanda Duarte Criado** Tú: Con mucho gusto, est... · sáb
- Karol Duran** Tú: Kaol, te invitamos a a... · sáb
- Paula Pallares** Vale · jue
- Uron Eduardo** Tú: Con mucho gusto, es... · mar
- Gian Lucca Torres** 3158611782 · 29 may

Chat Conversation (Right):

Fernanda Castilla Activo hace 8 min

Muy buenas tardes Fernanda, esperamos te encuentres bien, el señor tiene historia clínica con nosotros, o es primera vez que va a asistir a nuestros consultorios?

25 ABR 2020 17:21

Primera vez

Tiene una Diabetes avanzada, pues se le hacen diálisis

Si se le puede arancar la muelita

25 ABR 2020 22:10

Me regalás por favor el número de teléfono para que la doctora se contacte con ustedes

9:56

Instagram logo and navigation icons are visible at the bottom.

Instagram Direct messages interface showing a conversation with alefia_28.

Direct Messages List (Left):

- alefia_28** Activo(a) ahora
- alejaavendano_** Ya me respondieron 😊😄 · 5 días
- adrianaascanio_07** Con mucho gusto, estamo... · 6 días
- marisol.perezsalazar.1** Activo(a) ayer
- brandon_bacca29** Activo(a) hace 5 h
- lineykp** Activo(a) ahora

Chat Conversation (Right):

alefia_28 Activo(a) ahora

3175913880

12:05

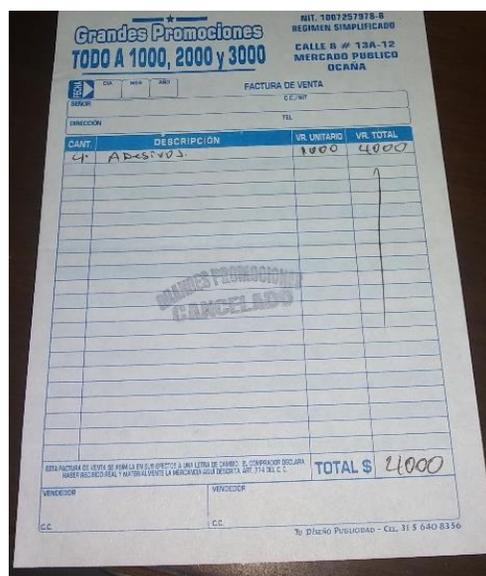
Hola, ¡buen día!
Bienvenido a SALUD & ESTÉTICA clínica odontológica. Es un placer para nosotros interactuar contigo el día de hoy.

Claro que sí, en este momento nos encontramos escalando tu solicitud al especialista encargado para que se comunique contigo y te agende una cita.

Muchas gracias

Envía un mensaje...

Apéndice H. Evidencia fotográfica de la entrega del material suministrado para el entretenimiento de los pacientes



Apéndice I. Evidencia de la socialización de los resultados con el comunicador



Resultados socializados:

INFORME DE COMUNICACIONES

El siguiente informe está relacionado con las estadísticas del Fan page de la red social Facebook. Cabe resaltar que en su perfil la marca también cuenta con una importante comunidad y número de interacciones.

Facebook

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 438

Total de Me gusta de la página hasta hoy: 691

Crecimiento total 253 intensiones de me gusta al Fan page

Total de seguidores de la página hasta hoy: 712

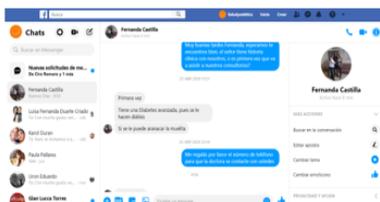
En la actualidad la página ha logrado acumular una comunidad con 712 seguidores desde su creación.

Todas las publicaciones realizadas

| Fecha de publicación | Publicación | Tipo | Segmentación | Alcance | Interacción | Promoción |
|----------------------|-------------|--------|--------------|---------|-------------|-------------------------|
| 26/06/2020 07:33 | SAJU D.R | Imagen | 1 | 30 | 1 | Promocional publicación |
| 24/02/2020 17:38 | Para SAJU | Imagen | 1 | 35 | 0 | Promocional publicación |
| 02/02/2020 15:33 | Signe HD | Imagen | 1 | 48 | 1 | Promocional publicación |
| 30/05/2020 04:38 | Lin deya | Imagen | 1 | 56 | 2 | Promocional publicación |
| 28/05/2020 05:24 | Sanet | Imagen | 1 | 47 | 0 | Promocional publicación |
| 24/05/2020 05:24 | En SAJU | Imagen | 1 | 50 | 2 | Promocional publicación |
| 23/05/2020 07:43 | MTCS | Imagen | 1 | 42 | 1 | Promocional publicación |

| Fecha | Imagen | Video | Alcance | Interacción | Acción |
|------------|--------|-------|---------|-------------|----------------------|
| 23/05/2019 | [img] | [img] | 45 | 1 | Publicar publicación |
| 23/05/2019 | [img] | [img] | 18 | 0 | Publicar publicación |
| 19/05/2019 | [img] | [img] | 42 | 0 | Publicar publicación |
| 16/05/2019 | [img] | [img] | 14 | 0 | Publicar publicación |
| 12/05/2019 | [img] | [img] | 44 | 0 | Publicar publicación |
| 07/05/2019 | [img] | [img] | 18 | 0 | Publicar publicación |
| 06/05/2019 | [img] | [img] | 19 | 0 | Publicar publicación |
| 20/04/2019 | [img] | [img] | 18 | 0 | Publicar publicación |
| 27/03/2019 | [img] | [img] | 14 | 0 | Publicar publicación |

Según el análisis realizado con relación a las publicaciones se puede identificar que los contenidos educativos y de identidad corporativa, son aquellos que cuentan con mayor alcance, interactividad e impresiones.



Para el caso de Facebook, se ha evidenciado un constante crecimiento en las interacciones en lo que corresponde a la herramienta bandeja de mensajes, principalmente en el perfil, aunque el fan page también recibe algunas interacciones. Durante el mes de mayo, se recibieron aproximadamente 20 solicitudes de nuestros pacientes y comunidad en general.

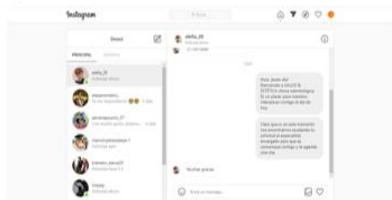


Reporte de diciembre 2019. La marca incursionó en esta red social el 31 de octubre de 2019 con la publicación de una campaña de comunicación en honor al día del niño. Desde entonces se ha convertido contenido corporativo y de interés general, incluyendo fechas especiales, casos clínicos, tips, recomendaciones y demás, en busca de un mejoramiento continuo y un mayor número de interacción con el público.



Reporte de junio 2020. Luego de estudiar las estadísticas de esta red y el marketing que se debe llevar a cabo a través de las redes sociales, se decidió realizar una reestructuración al perfil en donde se aplicara diversos temas relacionados a nuestra razón social y un mayor flujo de información en lo que corresponde

a los aspectos organizacionales, como: servicio, profesionales, organización y pacientes. Adicionalmente, se comenzó a implementar ubicaciones y etiquetas que permitieran obtener un mayor alcance.



La red social Instagram, ha logrado posicionarse constantemente gracias a su visibilidad e interacción con los pacientes, principalmente para dar solución a sus inquietudes y escalar los agendamientos de citas que son requeridos virtualmente.

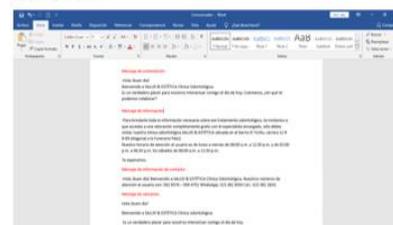
Aspectos generales.

| SALUD & ESTÉTICA CLÍNICA DE ODONTOLÓGICA Y ESTÉTICA | | | | | | |
|--|------------|-------------------|----------|---|------------------------|--|
| LINEAMIENTOS ORGANIZACIONALES - SERVICIO COMUNICACIÓN | | | | | | |
| FECHA | USUARIO | TIPO DE ACTIVIDAD | OBJETIVO | DESCRIPTOR | INDICADORES | COMENTARIOS |
| 17/01 | ODONTÓLOGA | Comunicación | 1 | Realizar un informe de actividades y actividades de la clínica. | Reporte de actividades | Comunicación de actividades y actividades de la clínica. |
| 17/01 | ODONTÓLOGA | Comunicación | 1 | Realizar un informe de actividades y actividades de la clínica. | Reporte de actividades | Comunicación de actividades y actividades de la clínica. |

Para realizar cada una de las publicaciones, el equipo de comunicaciones se encargaba de estudiar y analizar las diferentes tendencias en la red y afianzarlas al nivel corporativo de la clínica. Para ello, era necesario agendarlas en el calendario conversacional del área, para garantizar el cumplimiento de todos los lineamientos establecidos como requerimiento de publicación.

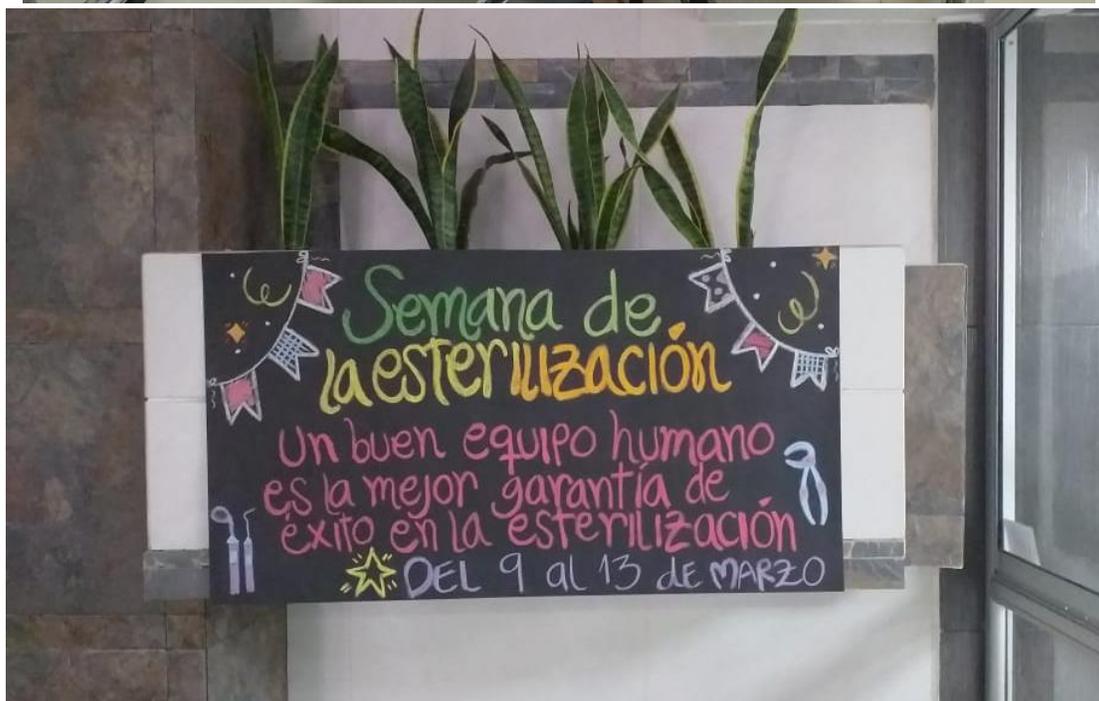
La anterior, permitía generar publicaciones limpias, con visuales atractivos y estilo institucional. Todas estas publicaciones eran revisadas y validadas por el comunicador corporativo de la clínica quien realizaba un constante seguimiento a las redes y retroalimentaba los aspectos a mejorar.

Mensajes y respuestas.

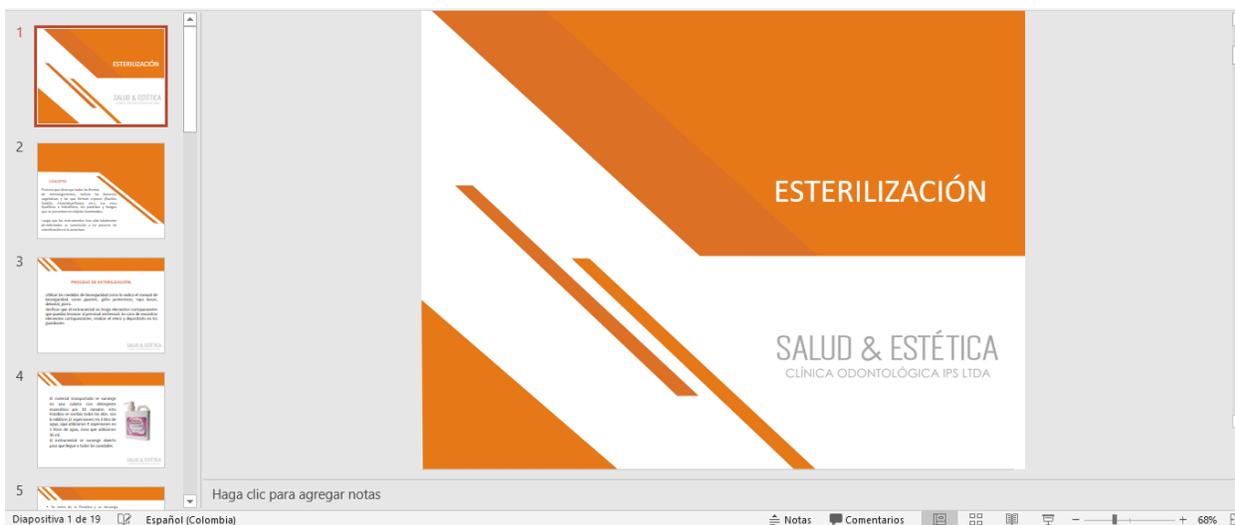
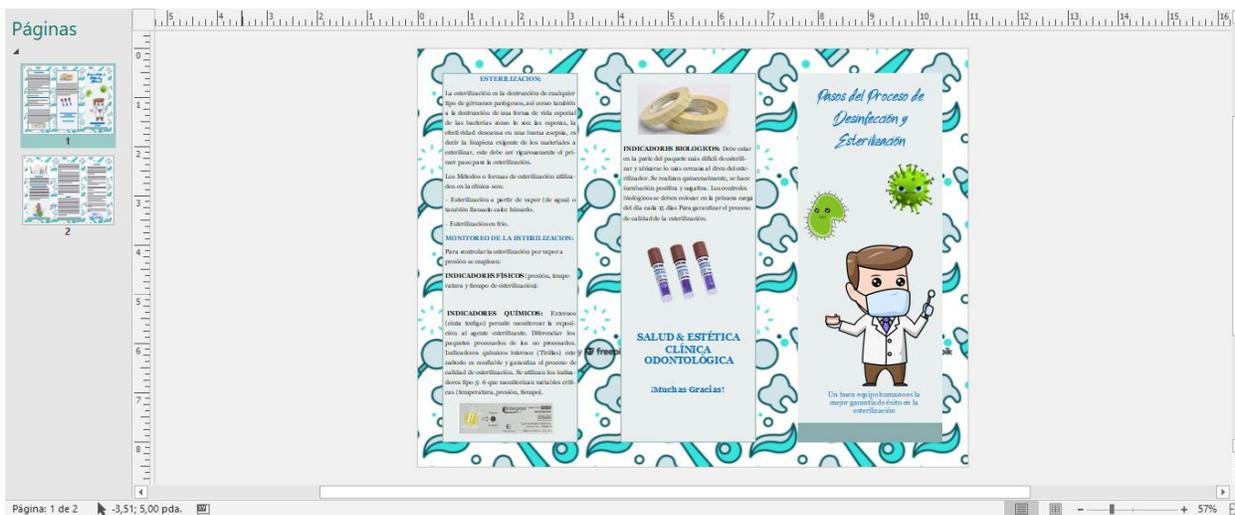


Los mensajes y respuestas emitidos por la organización, se documentaron con anterioridad, para garantizar una comunicación efectiva con los usuarios y generar respuestas automáticas que facilitaran la comunicación al momento de cada interacción.

Apéndice J. Evidencia fotográfica de la elaboración Cartelera informativas campañas internas.



Apéndice K. Acompañamiento de campañas internas.







Apéndice L. Actualización de documentos corporativos.

| | | | | |
|---|---|--|---------|-----------|
|  | Salud y Estética Clínica Odontológica IPS LTDA | | Código | |
| | Proceso: SERVICIO DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN AL USUARIO | | Fecha | Agosto-18 |
| | ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL PACIENTE FRENTE AL SERVICIO DE ODONTOLÓGIA | | Pág. | 1 de 1 |
| | | | Versión | 1 |

NOMBRES Y APELLIDOS: _____ FECHA: _____

SEXO: F ___ M ___ DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN: _____ TELÉFONO: _____

Con el fin de ofrecerle el mejor servicio, deseáramos conocer su opinión respecto a diferentes aspectos de la clínica, indiquenos su grado de satisfacción marcando con una X su evaluación, ayúdenos a mejorar, su opinión es importante.

1. ¿Cómo ha sido el trato que le ha dado el personal de la recepción en sus visitas a la clínica?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

2. ¿La atención telefónica que ha recibido ha sido?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

3. ¿El trato y la calidad humana del odontólogo que lo ha atendido es?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

4. ¿Cómo evaluaría el comportamiento de la auxiliar de odontología?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

5. ¿El tiempo de espera para la atención de su cita fue?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

6. ¿La información brindada con respecto a su tratamiento ha sido?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

7. ¿Cuál es su opinión sobre la limpieza y el estado de las instalaciones de la clínica?:

1. No informa 2. Muy Mala 3. Mala 4. Buena 5. Muy buena

8. ¿Cómo calificaría su experiencia global respecto a los servicios de salud que ha recibido en Salud y Estética Clínica Odontológica Ips Ltda.?:

1. No informa 2. Muy Mala Mala 3. Regular 4. Buena 5. Muy buena

9. ¿Recomendaría los servicios de la clínica a sus familiares y amigos?:

1. No informa 2. Probablemente no 3. Definitivamente no 4. Probablemente sí 5. Definitivamente sí

SI USTED TIENE ALGUNA SUGERENCIA, ES MUY IMPORTANTE PARA NOSOTROS

Apéndice M. Actualización e impresión de tarifas.

| Nombre | Precio |
|---|--------|
| CONSULTA EXTERNA | NETO |
| CONSULTA DE PRIMERA VEZ POR ODONTOLOGIA GENERAL | |
| CONSULTA DE PRIMERA VEZ POR ODONTOLOGIA ESPECIALIZADA | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

Apéndice N. Tabla en Word con contraseñas

| Contraseñas | |
|---|--------------|
| Usuario | Clave |
| Facebook: trabajaconnosotrossye@gmail.com | ***** |
| Correo comunicaciones: comunicacionessye@gmail.com | ***** |
| Instagram saludyestetica.co | ***** |

