	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia	Documento: FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código: F-AC-DBL-007	Fecha: 10-04-2012	Revisión: A
	Dependencia: DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado: SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág.: i(151)

RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTORES	**YESICA YUBERLY VARGAS BLANCO**
FACULTAD	**FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**
PLAN DE ESTUDIOS	**COMUNICACIÓN SOCIAL**
DIRECTOR	**HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA**
TÍTULO DE LA TESIS	**FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL HOSPITAL REGIONAL JOSÉ DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO DE AGUACHICA, CESAR**

RESUMEN
(70 palabras aproximadamente)

EN EL PRESENTE TRABAJO SE PRETENDE EXPONER LOS PROGRAMAS Y/O ACTIVIDADES QUE SE LLEVARON A CABO EN EL HOSPITAL REGIONAL JOSÉ DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO DURANTE LA PASANTÍA REALIZADA EN EL ÁREA DE GESTIÓN HUMANA DE LA INSTITUCIÓN NOMBRADA, COMO TAMBIÉN, LAS ESTRATEGIAS QUE SE UTILIZARON PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS MISMAS.LAS ESTRATEGIAS EJECUTADAS EN LA ESE FUERON INTERNAS Y EXTERNAS, ENTRE LAS INTERNAS SE ENCUENTRA UN MODELO DE ENCUESTA PARA EVALUAR EL CLIMA Y LA CULTURA ORGANIZACIONAL CADA 6 MESES Y UN MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 151	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL HOSPITAL REGIONAL JOSÉ DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO DE AGUACHICA, CESAR

Autor:

YESICA YUBERLY VARGAS BLANCO

Trabajo de grado presentado como requisito para la realización de pasantías, con el fin de optar al título de Comunicadora Social.

DIRECTOR

HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA

Magíster en tecnología educativa y medios innovadores

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia **Agosto de 2018**

Indice

Capítulo 1. Fortalecimiento de la comunicación interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado de Aguachica, Cesar 1
1.1 Descripción breve de la empresa 1
1.1.1 Misión. 2
1.1.2 Visión 2
1.1.3 Objetivos de la empresa 2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional 3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado 5
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada 6
1.2.1 Planteamiento del problema. 9
1.3 Objetivos de la pasantía 10
1.3.1 General 10
1.3.2 Específicos 10
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma 11

Capítulo 2. Enfoques referenciales 12
2.1 Enfoque conceptual 12
2.2 Enfoque legal 14

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo 18
3.1 Presentación de resultado 18
3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de la identidad e imagen corporativa a nivel externo e interno del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. 18
3.1.1.1 Observación del sitio de trabajo, símbolos, población atendida, servicios. 18
3.1.1.2 Elaborar y aplicar una encuesta para la recolección de información respecto al clima, cultura y canales de comunicación de la institución. 25
3.1.1.3 Elaborar Matriz DOFA que evidencie la situación de la imagen corporativa del Hospital Regional 39
3.1.2 Diseñar estrategias de comunicación internas para fortalecer la identidad corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. 41
3.1.2.1 Elaborar un modelo de encuesta de clima y cultura organizacional para aplicar cada 6 meses.. 41
3.1.2.2 Realizar un manual de identidad e imagen visual corporativa.. 41
3.1.3 Definir las estrategias de comunicación externas para mejorar la imagen corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. 65

3.1.3.1 Elaborar piezas graficas destacando el logo y los colores de la institución (volantes, folletos, etc.). 65

3.1.3.2 Coordinar actividades educativas para los usuarios..... 82

3.1.3.3 Elaborar y divulgar una cartilla informativa sobre la importancia y beneficios de la Oficina del SIAU (Sistema de Información y Atención al Usuario) para los usuarios. 85

3.1.3.4 Difusión de información constante, a través de medios de comunicación masivos. 95

Capítulo 4. Diagnóstico final..... 112

Capítulo 5. Conclusiones 114

Capítulo 6. Recomendaciones 116

Referencias 117

Apéndice 119

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA de la dependencia asignada con respecto al tema a desarrollar..... 6
Tabla 2. Actividades a realizar en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. 11
Tabla 3. Matriz DOFA que evidencie la situación de la imagen corporativa del Hospital Regional. 39

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE de Aguachica, Cesar. 4

Figura 2. Área de cartera. 19

Figura 3. Sala de espera. 19

Figura 4. Antesala de espera. 20

Figura 5. Logo del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. 20

Figura 6. Logo del Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU: 21

Figura 7. Usuarios en sala de espera de consulta externa 22

Figura 8. Usuarios en consultorios de consulta externa. 23

Figura 9. Usuarios en consultorios de consulta externa. 24

Figura 10. Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU. 24

Figura 11. Conocimiento de la plataforma estratégica de la institución. 25

Figura 12. Representación del logo y colores institucionales. 41

Figura 13. Relación de los empleados con sus superiores. 26

Figura 14. Relación entre los compañeros de trabajo. 27

Figura 15. Importancia de la opinión dentro de un proceso de toma de decisiones. 27

Figura 16. Satisfacción con el ambiente trabajo. 28

Figura 17. Reconocimiento por buen desempeño y compromiso con la empresa. 29

Figura 18. Posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional. 29

Figura 19. Actividades realizadas por la empresa. 30

Figura 20. Instalaciones o espacios aceptables para reuniones, charlas o capacitaciones. 30

Figura 21. Estado en que se encuentra la comunicación interna de la ESE..... 31

Figura 22. Comunicación entre superiores y empleados. 31

Figura 23. Medios o canales de comunicación más útiles. 32

Figura 24. Posicionamiento y reconocimiento en el Sur del Cesar. 33

Figura 25. Reconocimiento del logo de la ESE. 33

Figura 26. Conocimiento de los servicios que les presta la ESE. 34

Figura 27. Conocimiento de la oficina del SIAU. 34

Figura 28.Conocimiento de los usuarios frente a las funciones que realiza el SIAU. 35

Figura 29. Conocimiento de los canales de comunicación que utiliza la ESE. 35

Figura 30. Lee o escucha por medios de comunicación o redes sociales información y/o actividades de la institución. 36

Figura 31. Interés por saber más sobre las actividades que realiza la ESE 37

Figura 32. Efectividad de los canales de comunicación internos. 37

Figura 33 Logo antiguo y nuevo del Hospital Regional José David Padilla Villafañe. 42

Figura 34. Tarjeta día de la mujer. 65

Figura 35. Volante simulacro de evacuación. 66

Figura 36. Volante citas médicas. 66

Figura 37. Tarjeta día internacional del síndrome de Down. 67

Figura 38. Folleto Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU. 68

Figura 39. Tarjeta día mundial de la concienciación del autismo. 68

Figura 40. Tarjeta día mundial de la salud. 69

Figura 41. Folleto del dengue. 70

Figura 42. Invitación a rendición de cuentas públicas vigencia 2017. 70

Figura 43. Folleto 10 pasos para ser feliz. 71

Figura 44. Tarjeta día del bacteriólogo. 72

Figura 45. Tarjeta de invitación día del trabajador. 72

Figura 46. Tarjeta de invitación día de la secretaria. 73

Figura 47. Folleto contra el abuso sexual infantil. 74

Figura 48. Tarjeta día mundial del Lupus. 74

Figura 49. Invitación del día de los enfermeros. 75

Figura 50. Folleto accidente cerebro – vascular. 76

Figura 51. Folleto plan de autocuidado de celulitis infecciosa. 77

Figura 52. Folleto derechos y deberes del Hospital. 78

Figura 53. Folleto hiperplasia benigna de próstata. 79

Figura 54. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía. 80

Figura 55. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía. 81

Figura 56. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía. 82

Figura 57. Día del niño área pediatría. 83

Figura 58. Día del niño área Urgencia. 83

Figura 59. Educación a usuarios en el área médico quirúrgica hombres – MQH 84

Figura 60. Entrega de folletos en la recepción área médico quirúrgica hombres – MQH. 84

Figura 61. Educación a usuarias en el área de maternidad. 85

Figura 62. Entrega de folletos a usuarias en el área de maternidad. 85

Figura 63. Divulgación a usuarios y comunidad en general de la cartilla informativa SIAU. 95

Figura 64. Espacio radial en la emisora Buturama Stereo. 96

Figura 65. Transmitiendo información de la ESE a través de la emisora Buturama Stereo. 97

Figura 66. Publicación día de la mujer 97

Figura 67. Publicación volante de aviso de simulacro de evacuación en el HospitalRegional ... 98

Figura 68. Publicación video del simulacro de evacuación hecho en el Hospital Regional..... 98

Figura 69. Publicación simulacro de evacuación en el Hospital Regional. 99

Figura 70. Publicación fotografías después del simulacro de evacuación hecho en el Hospital Regional. 99

Figura 71. Publicación día del síndrome de Down. 100

Figura 72. Publicación día nacional de la concienciación del autismo..... 100

Figura 73. Publicación día mundial de la salud. 101

Figura 74. Invitación a usuarios y comunidad en general a a la rendición de cuentas del Hospital a través del periódico El Nuevo Sur de Aguachica..... 101

Figura 75. Publicación de la invitación a la rendición de cuentas en el FanPage institucional. 102

Figura 76. Publicación de los mecanismos adecuados para obtener una cita médica 102

Figura 77. Publicación de felicitaciones por el día de la secretaria. 103

Figura 78. Publicación de video en vivo de la rendición de cuentas vigencia 2017 de la ESE.. 103

Figura 79. Publicación de video en vivo de la rendición de cuentas vigencia 2017, pregunta – respuestas. 104

Figura 80. Publicación en el periódico El Nuevo Sur de los temas tratados en la rendición de cuentas..... 105

Figura 81. Publicación de felicitaciones por el día del bacteriólogo. 105

Figura 82. Publicación de actividad educativa a los niños. 106

Figura 83. Publicación de folleto en contra del abuso sexual infantil. 106

Figura 84. Publicación día mundial del Lupus. 107

Figura 85. Publicación de felicitaciones por el día de los enfermeros..... 107

Figura 86. Publicación por reconocimiento a Jefes y auxiliares de enfermería..... 108

Figura 87. Publicación folleto derechos y deberes de los usuarios..... 108

Figura 88. Publicación actualización de foto de portada en el FanPage..... 109

Figura 89. Publicación folleto sobre prevención del dengue. 109

Figura 90. Publicación video institucional..... 110

Figura 91. Publicación folleto sobre apendicitis y apendicetomía. 110

Figura 92. Publicación folleto de prevención de Celulitis infecciosa..... 111

Figura 93. Publicación folleto de Hiperplasia benigna de próstata. 111

Lista de apéndices

Apendice A. Modelo de encuesta de clima y cultura y canales de comunicación a empleados. 120
Apendice B. Modelo de encuesta para usuarios sobre posicionamiento y canales de comunicación. 122
Apendice C. Modelo de encuesta de clima y cultura organizacional. 124

Resumen

En el presente trabajo se pretende exponer los programas y/o actividades que se llevaron a cabo en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado durante la pasantía realizada en el área de gestión humana de la institución nombrada, como también, las estrategias que se utilizaron para la implementación de las mismas.

Las estrategias ejecutadas en la ESE fueron internas y externas, entre las internas se encuentra un modelo de encuesta para evaluar el clima y la cultura organizacional cada 6 meses y un manual de identidad e imagen corporativa, y en las externas se hicieron actividades educativas a los usuarios, se elaboró una cartilla informativa para dar a conocer las funciones de una de las oficinas del Hospital a la cual se le dio suma importancia por estar directamente ligada a los usuarios y se trasmitió constantemente información a los usuarios a través de medios de comunicación y redes sociales.

Todo esto se realizó con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado, ubicado en el municipio de Aguachica, Cesar.

Introducción

La comunicación es importante en todos los ámbitos de la vida, factor que la hace indispensable para todos, como persona, grupo o empresa. Al respecto, Walton recuerda que para alcanzar el éxito "en los negocios de hoy, en la vida social y familiar, usted requiere toda la habilidad que pueda manejar en cualquier tipo de comunicación. Esto comprende, por supuesto, el lenguaje hablado y escrito. También incluye la expresión no verbal, los gestos y el lenguaje corporal, que puede ser igualmente importante en la comunicación de sus ideas y sentimientos a los demás". (Anonimo, 2010, pág. 6).

Por lo anterior, la primera herramienta que se tuvo en cuenta para el desarrollo del presente trabajo fue la comunicación en sus dos dimensiones, interna y externa, definiendo la comunicación interna como "aquella que está formada por toda la comunicación con las personas que integran la organización, fundamentalmente por medio de programas de comunicación y difusión de información interna". (Informe Comunicación interna y Responsabilidad, 2016, pág. 3).

Y la comunicación externa como "el intercambio de mensajes entre la organización y sus públicos externos, comprendiendo que la comunicación no termina con el simple envío de mensajes hacia el exterior, sino, luego de la retroalimentación o feedback que ese mensaje produjo" (Ubila Bornand , 2011, pág. 18)

En el municipio de Aguachica, Cesar se encuentran ubicadas diferentes entidades y empresas de salud públicas y privadas, una de ellas y la más importante regionalmente es el Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado donde se

Capítulo 1. Fortalecimiento de la comunicación interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado de Aguachica, Cesar

1.1 Descripción breve de la empresa

El Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE es una entidad prestadora de salud de segundo nivel, ubicada estratégicamente en el municipio de Aguachica, Cesar, para prestar un servicio de calidad a toda la región del sur del Cesar y municipios del departamento del Bolívar.

Para el año 1994 el Hospital Regional José David Padilla Villafañe fue transformado en Empresa Social De Estado del orden departamental mediante ordenanza número 050 del 10 de diciembre de 1994.

La Ley 100 de 1993 establece que el objeto de las Empresas Sociales del Estado es la prestación de servicios de salud, como servicio público a cargo del Estado, o como parte del servicio público de seguridad social. (Gómez, Funciones juntas directivas empreas sociales del Estado E.S.E., 2013, págs. 1-4).

Actualmente el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE cuenta con servicios de atención administrativa y asistencial, contando con dos sedes diferentes dentro de la ciudad de Aguachica, Cesar para la mejora de los procesos y servicios de salud prestados debido a la amplia cobertura del mismo.

1.1.1 Misión.

Nuestro compromiso es la excelencia en la prestación de servicios de salud a todos los habitantes de la región, participando en el progreso social, científico, económico y docente asistencial de la misma, generando satisfacción a nuestros clientes internos y externos con tecnología de punta y talento humano altamente calificado. (Hospital Regional de Aguachica, 2018, pág. 1).

1.1.2 Visión

En el 2026 seremos reconocidos a nivel departamental y nacional por la excelencia en la prestación de los servicios de salud de mediana y alta complejidad, apoyados en un talento humano calificado y comprometido con la atención humanizada y segura, moderna infraestructura y tecnología, con políticas de responsabilidad social fundamentadas en un enfoque de gestión sostenible garantizando la satisfacción de nuestros usuarios del Sur del Cesar y su área de influencia. (Hospital Regional de Aguachica, 2018, pág. 1).

1.1.3 Objetivos de la empresa

- Implementar un modelo de atención integral en salud, soportado en el desarrollo de competencias e innovación de su Talento Humano.
- Ofrecer servicios de alta calidad con énfasis en acreditación institucional, satisfaciendo y fidelizando a nuestros clientes con altos estándares de humanización y seguridad.

- Lograr cobertura total de la institución en el municipio de Aguachica y su área de influencia para ser altamente competitiva con las exigencias del mercado y el perfil epidemiológico de la región.
- Prestar todos los servicios de salud de segundo y tercer nivel de atención a toda la población de Aguachica y su área de influencia, afiliada al sistema de seguridad social en salud.
- Fortalecer la sostenibilidad económica y el crecimiento financiero de la Institución, mediante la eficiencia en el gasto y la generación de nuevos ingresos.
- Mejorar la Tecnología de la atención y la Infraestructura física con el fin de ampliar nuestra capacidad instalada y brindar servicios con calidad, accesibilidad y oportunidad. (Hospital Regional de Aguachica, 2018, pág. 1).

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

El Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE está conformado por una estructura organizacional dirigida por una Junta Directiva que es la encargada de expedir, analizar, reformar, aprobar y discutir los planes de desarrollo de la empresa, el estatuto interno, el presupuesto anual, la modificación de la planta de personal y las modificaciones de tarifas o cuotas de recuperación que proponga el gerente. Así mismo cuenta con una persona contratada por prestación de servicios para desarrollar las actividades de Asesor de Control Interno. Cuenta con un Gerente que es el encargado de dirigir, avaluar y controlar las actividades de las dos áreas con las que cuenta el Hospital Regional, el área Administrativa y Financiera y el área de Procesos Asistenciales, procesos que son dirigidos por Subgerentes, uno administrativo y otro científico.

El subgerente administrativo es el encargado de liderar las actividades que se realizaran en el área Administrativo y Financiero, que está conformado por la Gestión de talento humano, Gestión financiera y Gestión del ambiente, recurso físico y logística.

Y en la misma línea jerárquica de subgerentes se encuentra el subgerente científico, supervisando y ejecutando las acciones correspondientes a los procesos asistenciales que realizan la Gestión asistencial de urgencias, Gestión de ginecología y obstetricia, Gestión hospitalización y pediatría y la Gestión de apoyo diagnóstico y terapéutico.

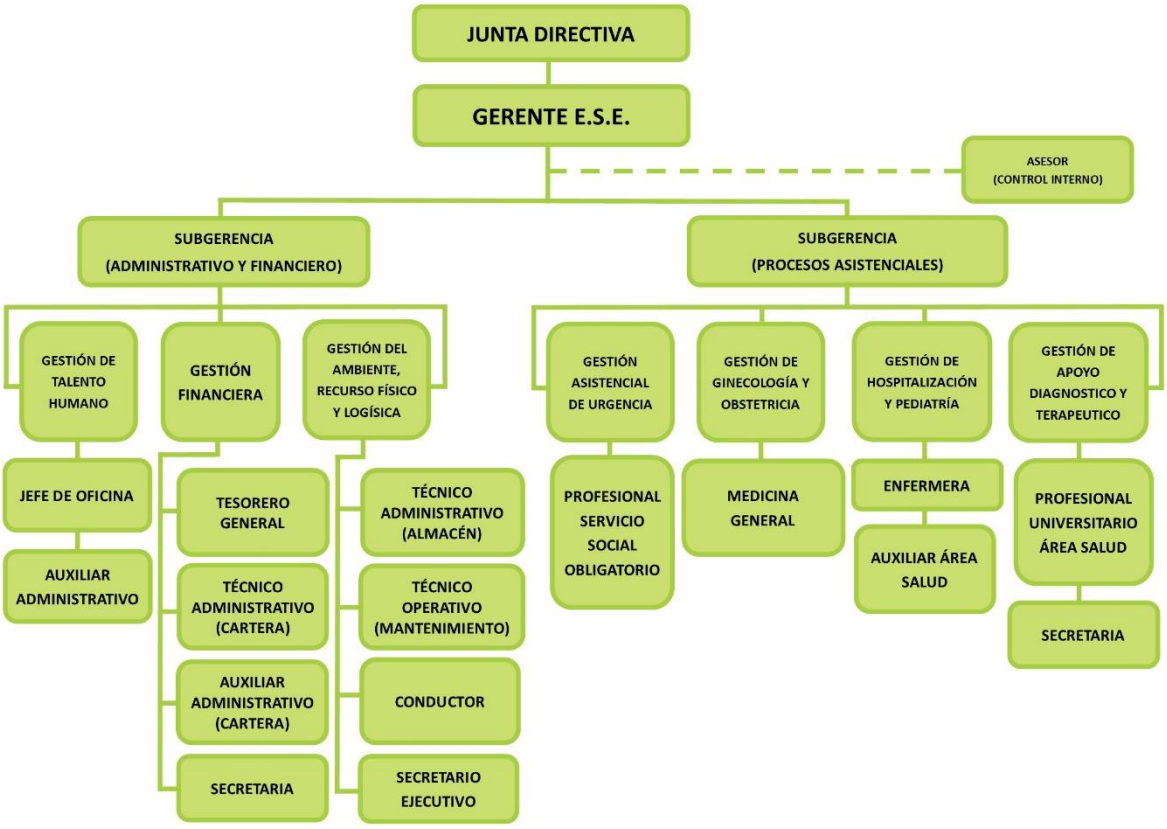


Figura 1. Organigrama del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE de Aguachica, Cesar.

Fuente. Pasante.

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

La dependencia Administrativa y Financiera del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE es la encargada de planear, organizar, controlar y direccionar los objetivos, estrategias, programas y procesos de la entidad. En esta dependencia se encuentra el departamento de Gestión Humana, encargada de la función dinámica y de bienestar del personal que labora en la empresa; departamento donde fue asignada la realización de la pasantía.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1.

Matriz DOFA de la dependencia asignada con respecto al tema a desarrollar.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	1. Se utiliza la Intranet. 2. Cuenta con personal idóneo atención a los usuarios (SIAU). 3. Cuenta con líneas telefónicas para la atención de los usuarios en todas las dependencias. 4. Cuenta con un espacio (5 minutos) en la emisora Búturama Estéreo (101,7 FM), medio utilizado para trasmitir información necesaria a los usuarios. 5. Cuenta con una página de Facebook (FanPage) para la divulgación de información usuarios internos y externos. 6. Utilizan circulares y carteleras informativas para transmitir la información de reuniones, capacitaciones, etc, a través del correo institucional.	1. No existe una oficina de prensa, comunicación e imagen corporativa. 2. La oficina del Sistema de información y atención al usuario (SIAU) no cuenta con gran reconocimiento en el Hospital Regional. 3. No está a la vanguardia en cuanto a tecnología para edición de folletos, tarjetas, fotografías, audios o videos. 4. El administrador del FanPage de la institución es un ex empleado de la institución y se utiliza poco. 5. El portal web de la institución es manejada por el ingeniero de sistemas del Hospital y es muy poco alimentada. 6. Uso de logosímbolos que no son institucionales.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS F.O.	ESTRATEGIAS D.O.
1. Variedad de canales eficaces para la	- Desarrollar más convenios o contratos con	- Crear una oficina de comunicación e imagen corporativa.

transmisión de información, como también de programas especialmente para diseños de folletos, tarjetas, etc.	medios de comunicación potenciales en el mercado.	- Buscar personal capacitado para el área de comunicación.
2. Facilidad de acceder a los medios de comunicación y redes sociales.	- Utilizar nuevas herramientas de difusión de la información para reforzar las ya existentes.	- Emplear herramientas tecnológicas que permitan mejorar el flujo de la información.
3. Posibilidad que los emisores reciban la información que se les desee brindar a través de los medios de comunicación o las redes sociales más utilizadas.		- Utilizar programas de diseño adecuados para la realización de fotos, tarjetas, folletos, etc.
4. Disponibilidad de programas de capacitación en redes y sistemas.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.
1. Suplantación de la cuenta o creación de perfiles falsos.	- Desarrollar un plan de comunicación interno y externo para reforzar la imagen de la empresa.	- Alimentar constantemente las plataformas institucionales para obtener mayor cantidad de visitantes.
2. Los portales web o redes sociales (Página web - FanPage) tienden a ser olvidados por la comunidad si no se alimenta constantemente.		- Refrescar la página web y desarrollo del sistema de atención al cliente, para ofrecerle el servicio por medio de ésta plataforma virtual.

3. Deterioro de la imagen corporativa del Hospital Regional por la falta de recordación. 4. Deterioro de la imagen de la oficina del SIAU dentro de la institución, por falta de reconocimiento. 5. Tener pocas alianzas en medios de comunicación y/o de publicidad.	- Rediseñar la imagen de la oficina del SIAU, teniendo en cuenta los colores de la institución para que genere recordación en los usuarios.

Nota. La tabla muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la comunicación del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE, que se identificaron a través de la observación de campo antes de realizar la pasantía. Fuente. Pasante.

1.2.1 Planteamiento del problema. El Hospital Regional José David Padilla Villafañe es una Empresa Social del Estado prestadora de servicios de salud de mediana complejidad, ubicada estratégicamente en el Municipio de Aguachica para que la población del sur del Cesar y sus alrededores tengan la posibilidad de adquirir servicio fácilmente.

Internamente la institución cuenta con el personal capacitado para prestar los servicios de salud y atención a los usuarios, en cuanto a procesos administrativos y asistenciales; pero se ha olvidado de la importancia del empleo de la comunicación e identidad visual corporativa en la misma; factores que pueden causar el deterioro de la imagen interna y externa, trayendo consigo consecuencias como la falta de confianza, recordación y posicionamiento.

Aunque la entidad ha llevado a cabo procesos de difusión de información a través de la radio y otro tipo de canales de comunicación, existe muy poca relación con los medios, lo que ha llevado consigo a que se filtre información de gran relevancia del Hospital a éstos; así mismo, se ha debilitado el flujo de la información a los usuarios, quienes son, el motor principal para que la organización funcione.

Otro factor negativo que se presenta dentro de la institución es el desconocimiento de la identidad y filosofía de la empresa por parte de los empleados, como también, de sus dirigentes; acto que para ellos quizás sea de poca importancia pero que puede traer consecuencias externas, como por ejemplo dar a conocer a los usuarios una imagen errónea de lo que la institución es o realiza.

Esto se presenta debido a que la labor del Comunicador Social no se viene desarrollando, porque dentro de la estructura organizacional no existe una dependencia o área específica para éste tipo de labores; por lo tanto, la Empresa no cuenta con el personal idóneo para el tratamiento de estas funciones.

Es muy importante resaltar que la comunicación es fundamental en la sociedad desde cualquier punto de vista, factor que hace a este medio indispensable en cualquier actividad que realice el ser humano. Por lo tanto, es notable la necesidad de mejorar los procesos comunicativos y fortalecer la imagen corporativa interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General

Fortalecer la comunicación interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe Empresa Social del Estado.

1.3.2 Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional de la identidad e imagen corporativa a nivel externo e interno del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.
- Diseñar estrategias de comunicación internas para fortalecer la identidad corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.
- Definir las estrategias de comunicación externa para mejorar la imagen corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2.

Actividades a realizar en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES
Fortalecer la comunicación interna y externa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe, Empresa Social del Estado de Aguachica, Cesar.	Realizar un diagnóstico situacional de la identidad e imagen corporativa a nivel interno y externo del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.	• Observación del sitio de trabajo, símbolos, población atendida, servicios. • Elaborar y aplicar una encuesta para la recolección de información respecto al clima, cultura y canales de comunicación de la institución. • Elaborar Matriz DOFA que evidencie la situación de la imagen corporativa del Hospital Regional.
	Diseñar estrategias de comunicación internas para fortalecer la identidad corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.	• Elaborar un modelo de encuesta de clima y cultura organizacional para aplicar cada 6 meses. • Realizar un manual de identidad e imagen visual corporativa.
	Definir las estrategias de comunicación externas para mejorar la imagen corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.	• Elaborar piezas graficas destacando el logo y los colores de la institución (volantes, folletos, etc.). • Coordinar actividades educativas para los usuarios. • Elaborar y divulgar una cartilla informativa sobre la importancia y beneficios de la Oficina del SIAU (Servicio de Información y Atención al Usuario) para los usuarios. • Difusión de información constante, a través de medios de comunicación masivos.

Nota. La tabla muestra los objetivos y actividades que se desarrollaron durante la pasantía en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.. Fuente.

Pasante.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Identidad Corporativa: Es el conjunto de comportamientos, principios, valores y elementos internos, que permiten crear ideas de lo que la empresa representa, como también, la capacidad de identificarla y diferenciarla de las demás, es decir que, "hace referencia a todos los elementos que el consumidor percibe cuando piensa en una marca. El nombre, logo, valores, personalidad, etc" (Emprende pyme, 2010, pág. 1).

Identidad visual corporativa: es "la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa que marca unas normas de uso para su aplicación correcta", es decir, el aspecto físico visual de la empresa, que puede contener logotipo, símbolos, tipografía y demás elementos necesarios definidos en un documento llamado manual de identidad corporativa. (Mut Camacho & Breva Franch, 2016, pág. 3).

Imagen corporativa: Es la perspectiva que tienen los usuarios de la institución, es decir, el conjunto de prejuicios, sensaciones, pensamientos y/o ideas sobre dicha empresa antes de adquirir o conocer los productos o servicios que presta, como también, los juicios y experiencias adquiridas luego de conocerlos.

"Cuando hablamos de logotipos, papelería, diseño de tu página web, hablamos de la identidad visual. La imagen corporativa es anterior al diseño. Es concepto y posicionamiento. El diseño, la identidad visual corporativa, debe ayudar a expresar lo que queremos que transmita la imagen corporativa de nuestra empresa." (Del Pozo, 2017, pág. 1).

Manual de identidad e imagen corporativa: Es el documento donde se plasman todos aquellos elementos necesarios para la identificación, reconocimiento y diferenciación visual de

una empresa. Según Teresa Alba "un manual de identidad corporativa, es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales, como impresos).

Éste, describe por tanto de qué manera se deben aplicar los diferentes signos gráficos que representan la identidad de una marca, para que resulten coherentes y garanticen la cohesión comunicativa y visual de la misma". (Alba, Diseño crativo ¿Que es un manual de identidad corporativa?, 2012, pág. 1).

Clima organizacional: "comprende las relaciones que se llevan a cabo entre los distintos actores de la empresa constituyendo el ambiente en donde los empleados desarrollan sus actividades", de éste depende el desempeño de los empleados, ya que, en él influyen los comportamientos, actitudes y demás factores internos y externos que pueden ser percibidos por los trabajadores directa o indirectamente y que pueden influir de forma positiva como también negativa. (Soto, 2016, pág. 1).

Cultura organizacional: "La cultura organizacional es una variable sumamente importante en la organización ya que a través de ella una empresa puede llegar a ser competitiva, de esta depende el resultado de los empleados y por ende el de la organización" y se complementa con ser el conjunto de valores, comportamientos, hechos, actitudes y hábitos que tienen los trabajadores dentro de la empresa. (Gutierrez Fierro, 2016, pág. 13).

Canales de comunicación: Es la herramienta física para transmitir el mensaje de emisor a receptor.

"El canal de comunicación es el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor; el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo". (Anonimo, Marco Teorico, La Comunicacion, 2001, pág. 1).

2.2 Enfoque legal

LEY 10 DE 1990

Por la cual se reorganiza el Sistema Nacional de Salud y se dictan otras disposiciones.

EL CONGRESO DE COLOMBIA,

CAPÍTULO II

ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE SALUD.

Artículo 4º.- Sistema de salud. Para los efectos de la presente Ley, se entiende que el Sistema de Salud comprende los procesos de fomento, prevención, tratamiento y rehabilitación; que en él intervienen diversos factores, tales como los de orden biológico, ambiental, de comportamiento y de atención, propiamente dicha, y que de él forman parte tanto el conjunto de entidades públicas y privadas del sector salud, como, también, en lo pertinente, las entidades de otros sectores que inciden en los factores de riesgo para la salud.

Pertenecen al sistema de salud y, por consiguiente, están sometidos a las normas científicas para el control de los factores de riesgo para la salud que dicte el Ministerio de Salud, las organizaciones locales y seccionales de salud que autónomamente establezcan los municipios, el Distrito Especial de Bogotá, el Distrito Cultural y Turístico de Cartagena, las áreas metropolitanas y los departamentos, intendencias y comisarías, según el caso, así como las entidades privadas de salud y, en general, todas las entidades públicas y privadas de otros sectores, en los aspectos que se relacionen directa o indirectamente con el Sistema de Salud. Las normas administrativas del sistema de salud serán solamente obligatorias para las entidades del subsector oficial de salud, pero podrán ser convencionalmente adoptadas por las entidades privadas, en desarrollo de lo dispuesto por el artículo 23 de esta Ley. A las entidades de

seguridad y previsión social y a las del subsidio familiar, se les respetarán sus objetivos, régimen legal, sistema de financiación y autonomía administrativa.

Parágrafo.- La obligatoriedad de las normas de que trata este artículo se entiende, sin perjuicio de las normas legalmente aplicables sobre dichas materias, y no implica modificación alguna de la naturaleza y régimen jurídico de las correspondientes entidades.

En consecuencia, las entidades descentralizadas de cualquier grado, creadas o que se creen para la prestación de servicios de salud, pertenecerán al nivel administrativo nacional o de la entidad territorial correspondiente, conforme al acto de creación. Asimismo las fundaciones o instituciones de utilidad común, las asociaciones o corporaciones sin ánimo de lucro y, en general las personas privadas, naturales o jurídicas que presten servicios de salud, seguirán rigiéndose plenamente por las normas propias que les son aplicables.

Artículo 5º.- Sector Salud. El Sector Salud está integrado por:

1. El subsector oficial, al cual pertenecen todas las entidades públicas que dirijan o presten servicios de salud, y específicamente:

a. Las entidades descentralizadas directas o indirectas del orden nacional;

b. Las entidades descentralizadas directas o indirectas del orden departamental, municipal, distrital o metropolitano o las asociaciones de municipios;

c. Las dependencias directas de la Nación o de las entidades territoriales;

d. Las entidades o instituciones públicas de seguridad social, en lo pertinente a la prestación de servicios de salud, sin modificación alguna de su actual régimen de adscripción;

e. La Superintendencia Nacional de Salud, que a partir de la vigencia de la presente Ley, es un organismo adscrito al Ministerio de Salud, dentro del marco de la autonomía administrativa y financiera que le señale la ley, sin personería jurídica.

2. El subsector privado, conformado por todas las entidades o personas privadas que presten servicio de salud y, específicamente, por:

a. Entidades o instituciones privadas de seguridad social y cajas de compensación familiar, en lo pertinente a la prestación de servicios de salud;

b. Fundaciones o instituciones de utilidad común;

c. Corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro;

d. Personas privadas naturales o jurídicas. (Congreso de Colombia, 1990)

LEY 100 DE 1993

Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones

El Congreso de la República de Colombia,

DECRETA:

Preámbulo

El sistema de seguridad social integral es el conjunto de instituciones, normas y procedimientos, de que disponen la persona y la comunidad para gozar de una calidad de vida, mediante el cumplimiento progresivo de los planes y programas que el Estado y la sociedad desarrollen para proporcionar la cobertura integral de las contingencias, especialmente las que menoscaban la salud y la capacidad económica, de los habitantes del territorio nacional, con el fin de lograr el bienestar individual y la integración de la comunidad.

TÍTULO PRELIMINAR

Sistema de seguridad social integral

CAPÍTULO I

Principios generales

ARTICULO. 4º- Del servicio público de seguridad social. La seguridad social es un servicio público obligatorio, cuya dirección, coordinación y control está a cargo del Estado y que será prestado por las entidades públicas o privadas en los términos y condiciones establecidos en la presente ley.

Este servicio público es esencial en lo relacionado con el sistema general de seguridad social en salud. Con respecto al sistema general de pensiones es esencial sólo en aquellas actividades directamente vinculadas con el reconocimiento y pago de las pensiones. (Congreso de Colombia, Ley 100 de 1993, 1993)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultado

3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional de la identidad e imagen corporativa a nivel externo e interno del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

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

3.1.1.1 Observación del sitio de trabajo, símbolos, población atendida, servicios.

Observación del sitio de trabajo

Por el retraso en la entrega de la nueva infraestructura del Hospital Regional los empleados del área administrativa de la ESE fueron trasladados hace un poco más de dos años a una casa de dos pisos que se encuentra en arriendo para que estos realicen sus labores diarias, pero es un espacio muy reducido para más de 30 personas laborando en un mismo lugar ocupando en su totalidad los espacios, dificultando en algunos puestos la posibilidad de movilizarse adecuadamente, como también, diferenciar las áreas que se encuentran allí ubicadas, generando confusión a los usuarios que ingresan a realizar algún tipo de consultas, no hay capacidad para el ingreso de más de 10 personas al mismo tiempo porque solo se cuenta con una sala donde hay cuatro sillas de espera y 3 en la antesala.

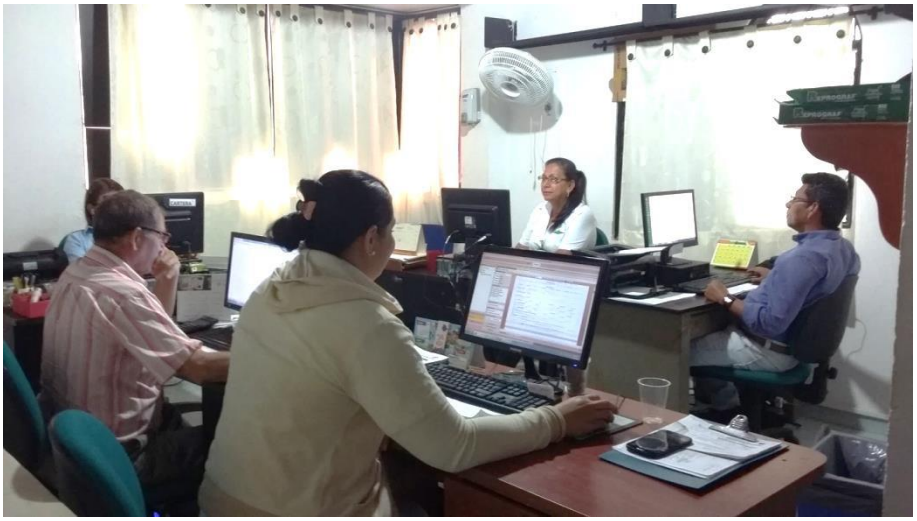


Figura 2. Área de cartera.
Fuente. Pasante.

Figura 3. Sala de espera.
Fuente. Pasante.

Figura 4. Antesala de espera.
Fuente. Pasante.

Símbolos

Logos: En el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE se manejan dos logos, el institucional y el del Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU.

Figura 5. Logo del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.
Fuente. Jefe de oficina de gestión humana.

A analizando cada figura del logo institucional es notable que existen ciertas partes que no tienen coherencia con lo que el Hospital quiere reflejar.

En el Hospital Regional se le presta servicios a toda la comunidad, es decir, a niños(as), mujeres y hombres, sin excluir a ningún género; pero la imagen que le muestran a la comunidad como institución excluye al género masculino, pues el logo en su interior contiene gráficos que se pueden identificar como personas del género femenino por su "vestimenta". O si por el contario, son las personas que integran la institución, haciendo referencia a empleados y jefes, tampoco existiría concordancia porque aunque en el Hospital la mayoría de personas que trabajan en la institución son mujeres, también laboran hombres, como tampoco, existe un manual donde estén las normas o reglar de uso del mismo.

De ahí nace la necesidad de hacerle un ajuste al logo de la institución, donde se muestre y defina la identidad de la ESE.

Figura 6. Logo del Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU:
Fuente. Jefe de oficina de gestión humana.

Dentro de la institución existe una oficina especialmente para la Atención de los usuarios, para realizar peticiones, sugerencias, quejas o reclamos; oficina que pertenece a la ESE.

Al observar el logo de éste servicio, es fácil identificar que no tiene ninguna concordancia visualmente con la imagen del Hospital Regional; la tipografía utilizada para este logo es

diferente, el color no es el indicado para el tipo éste de funciones y tampoco es un color institucional.

Población atendida

Diariamente en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE se atiende a más de 300 personas (cantidad aproximada de población atendida en todos los servicios). Gran cantidad de población se queda sin ser atendida diariamente porque no hay capacidad para albergar a más usuarios diariamente.

Figura 7. Usuarios en sala de espera de consulta externa
Fuente. Pasante.

Figura 8. Usuarios en consultorios de consulta externa.
Fuente. Pasante.

Servicios

Gran cantidad de la población del sur del Cesar y sur del Bolívar se beneficia de los servicios que presta el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE. Algunos de los servicios que se prestan en el Hospital no se adquieren por el desconocimiento que tienen los usuarios de los mismos.

Figura 9. Usuarios en consultorios de consulta externa.
Fuente. Pasante.

Figura 10. Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU.
Fuente. Pasante.

3.1.1.2 Elaborar y aplicar una encuesta para la recolección de información respecto al clima, cultura y canales de comunicación de la institución. Teniendo en cuenta la información suministrada por la jefe de oficina de gestión humana Diana Marcela Becerra Ortiz se realizaron dos encuestas; una para los clientes internos y otra para los clientes externos de la institución, con el fin de recolectar la información necesaria para realizar la matriz DOFA sobre la identidad e imagen del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

A nivel interno se le realizó la encuesta al 30% de los 350 empleados con los que cuenta la empresa, la muestra es de 105 empleados encuestados aleatoriamente. A nivel externo se aplica aleatoriamente a 100 usuarios de aproximadamente 300 que se encuentran adquiriendo los servicios diariamente en el Hospital.

Para realizar la siguiente actividad propuesta, la elaboración de la matriz DOFA sobre la situación de la imagen corporativa de la empresa, fue necesario primero analizar la información obtenida en las encuestas cuantitativamente mediante el conteo.

Tabulación y análisis de encuestas sobre clima, cultura y canales de comunicación internas del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE

Figura 11. Conocimiento de la plataforma estratégica de la institución.
Fuente: Pasante

Análisis. La entidad ha promovido la inducción a todos sus empleados respecto a la plataforma estratégica institucional, pero esta poco ha sido receptada por los laborando, propiciando bajo conocimiento de estos componentes.

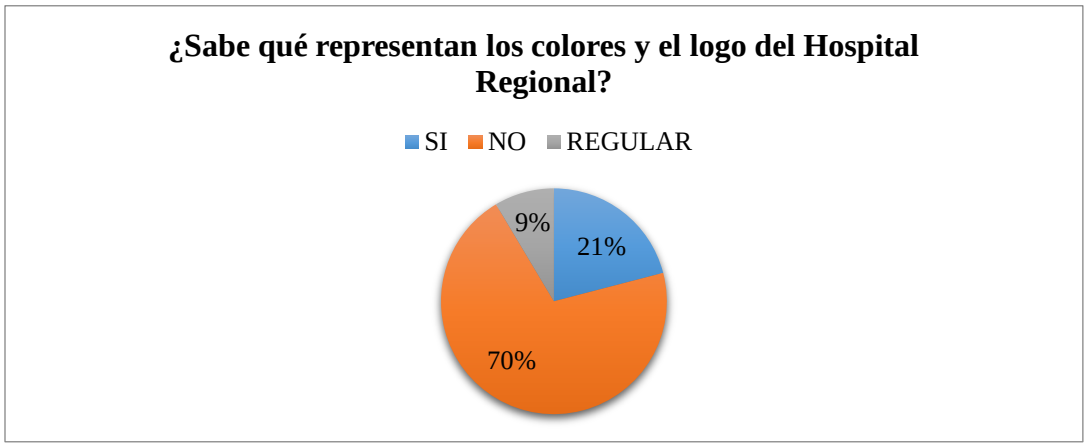


Figura 12. Representación del logo y colores institucionales
Fuente: Pasante

Análisis. El desconocimiento se genera por el poco interés de los empleados por apersonarse de la imagen corporativa, así mismo la falta de un manual o guía implementado por la institución han venido siendo los generadores de esta situación.

Figura 13. Relación de los empleados con sus superiores.
Fuente: Pasante

Análisis. La relación entre los empleados y sus superiores se muestra que es a mena, ya que en cada momento están interrelacionándose, lo que ha generado gran confianza, propiciando que el clima organizacional sea bueno.

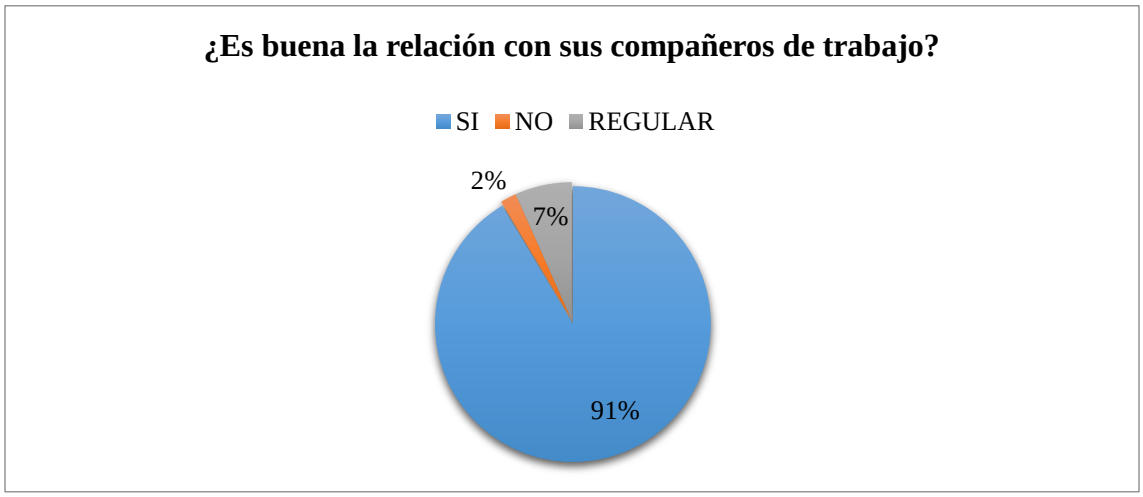


Figura 14. Relación entre los compañeros de trabajo.
Fuente: Pasante

Análisis. La relación entre compañeros de trabajo es bastante satisfactoria para el desarrollo del ambiente laboral, generando que los objetivos propuestos por la ESE se lleven a cabalidad de la mejor manera.

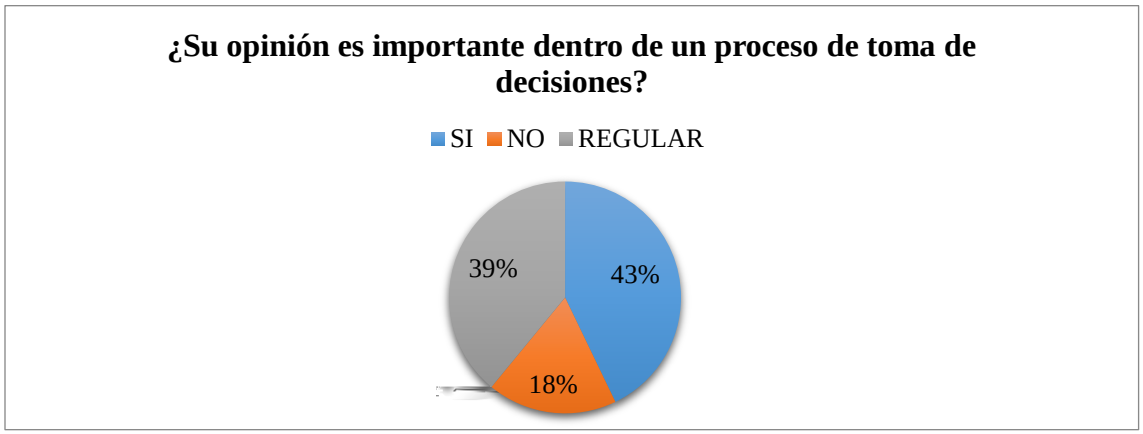


Figura 15. Importancia de la opinión dentro de un proceso de toma de decisiones.
Fuente: Pasante

Análisis. Las opiniones de los empleados son tenidas en cuenta, pero es claro que quién toma las decisiones en la empresa es el gerente, lo cual, es de insatisfacción en algunos casos, en donde los empleados consideran que ellos deberían tener mayor participación en el proceso de toma de decisiones.

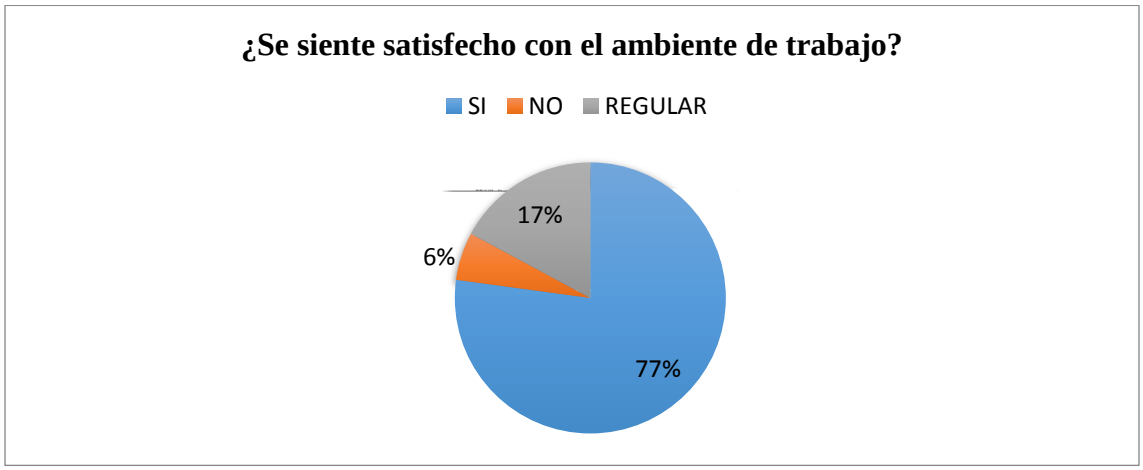


Figura 16. Satisfacción con el ambiente trabajo.
Fuente: Pasante

Análisis. La mayoría del personal que labora en la ESE está satisfecho en el lugar y con las personas que trabaja, son muy pocos los empleados que no están a gusto por el hacinamiento en la infraestructura física, factor que repercute en el buen desempeño y efectividad de las labores diarias.

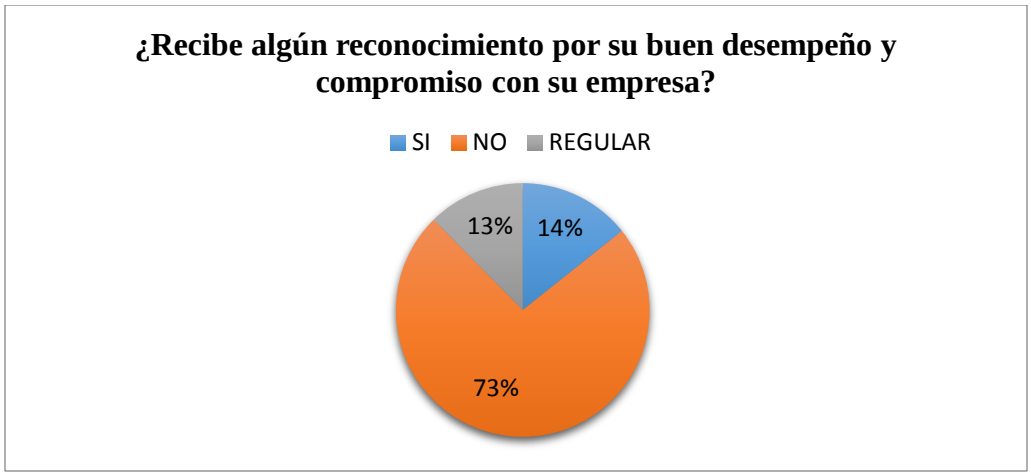


Figura 17. Reconocimiento por buen desempeño y compromiso con la empresa.
Fuente: Pasante

Análisis. Es notable que en la ESE son muy pocos los reconocimientos que reciben los empleados que realizan sus labores comprometidos diariamente en realizar las cosas de la mejor manera. La falta de importancia para este tipo de acciones de motivación laboral genera insatisfacción y desmotivación laboral en muchos de ellos.

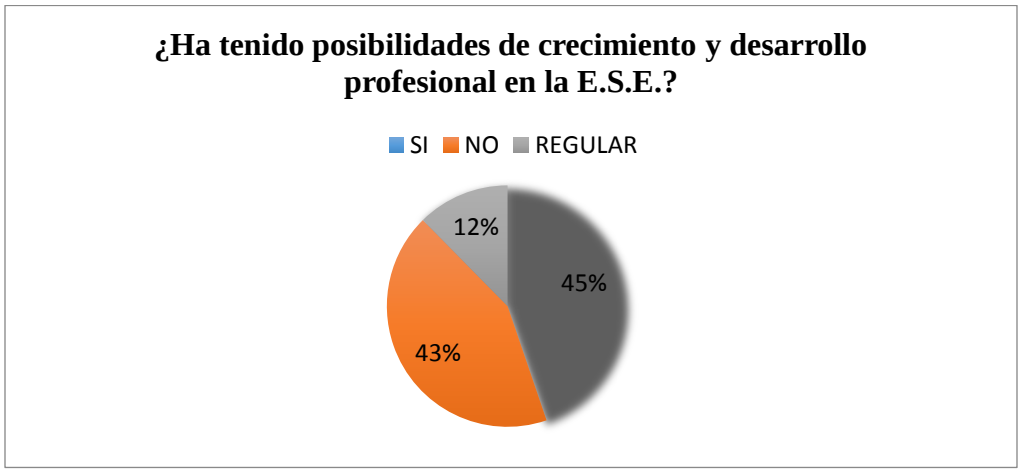


Figura 18. Posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional.
Fuente: Pasante

Análisis. A pesar de que en la ESE se brindan capacitaciones a los empleados, estas no generan la posibilidad de ascenso, solo se busca ampliar y fortalecer el conocimiento y las habilidades de los empleados en sus funciones.

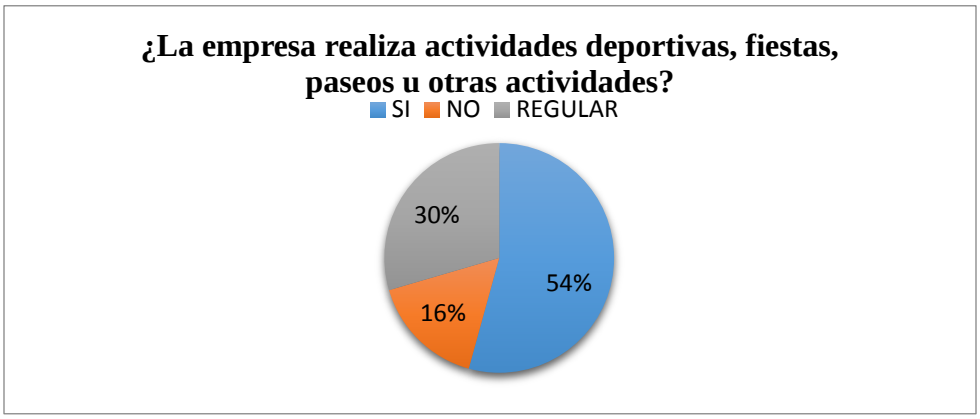


Figura 19. Actividades realizadas por la empresa.
Fuente: Pasante

Análisis. El Hospital realiza actividades deportivas y recreativas con el propósito de integrar a todo el personal para propiciar un mejor ambiente entre el personal de todas las áreas.

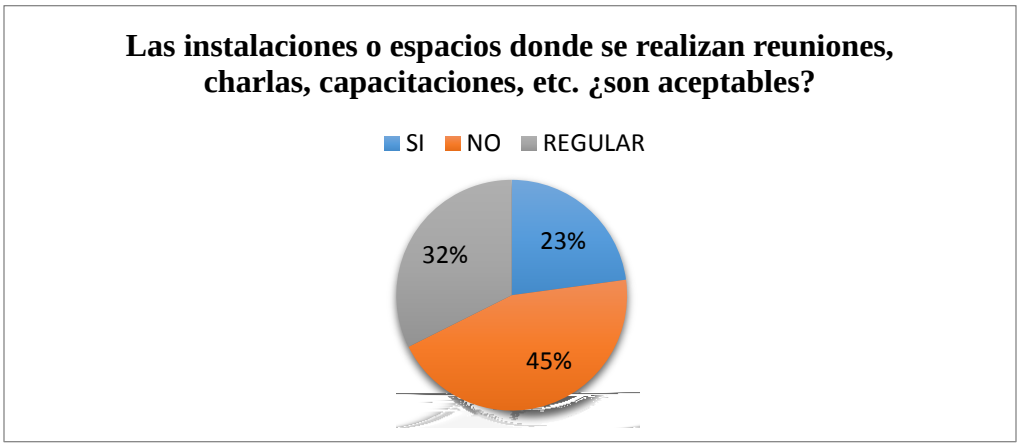


Figura 20. Instalaciones o espacios aceptables para reuniones, charlas o capacitaciones.
Fuente: Pasante

Análisis. En los empleados existe inconformidad respecto a los espacios donde se realizan las charlas, reuniones y/o capacitaciones, porque estas no son las indicadas para este tipo de eventos, por lo tanto, la califican como inaceptables.

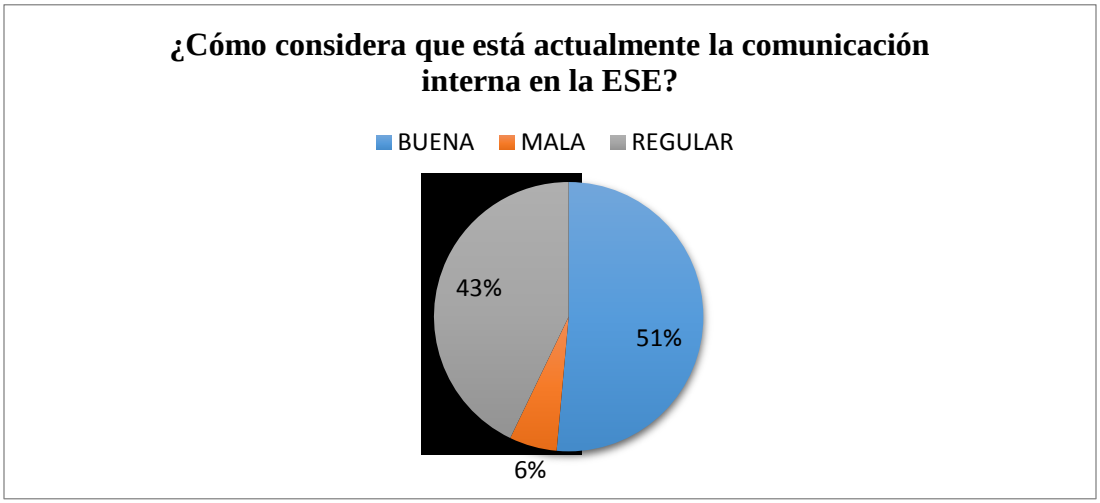


Figura 21. Estado en que se encuentra la comunicación interna de la ESE.
Fuente: Pasante

Análisis. Los mecanismos que se han venido utilizando en el desarrollo de la comunicación interna no han sido fructíferos en su totalidad, debido a la insistencia de una dependencia o persona encargada de realizar este de acciones dentro de la institución.

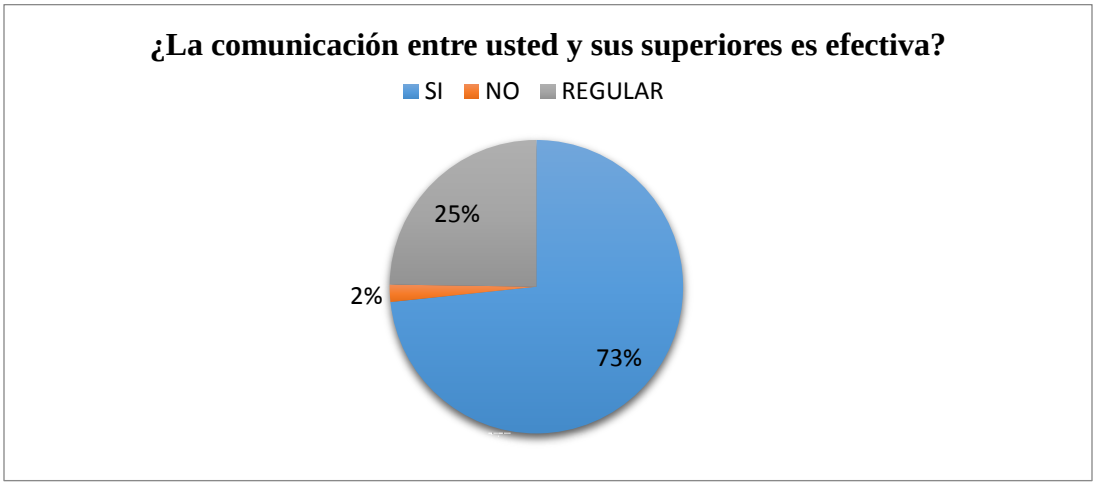


Figura 22. Comunicación entre superiores y empleados.
Fuente: Pasante

Análisis. En la ESE si existe una comunicación efectiva entre el empleador y el empleado aunque esta no es constante por las ocupaciones que se derivan del cargo, por lo cual, algunos de los empleados consideran que barreras debilitan la comunicación.

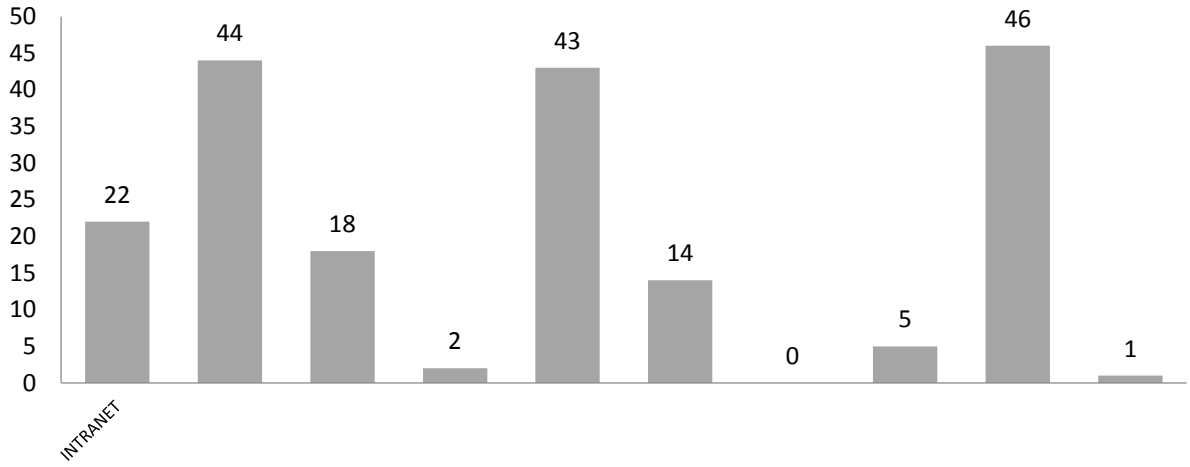


Figura 23. Medios o canales de comunicación más útiles.
Fuente: Pasante

Análisis. La figura anterior representa la cantidad de empleados y los canales de comunicación que serían más útiles utilizar en la ESE. La mayor cantidad de los trabajadores consideraron que los canales más útiles para ellos y que se deberían utilizar más que otros son, el correo institucional, las líneas telefónicas y circulares, ya que estos son considerados de fácil acceso y utilización.

Tabulación y análisis de encuestas sobre posicionamiento y canales de comunicación externos del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE

La encuesta se realizó aleatoriamente a 100 usuarios que se encontraban en la ESE. Se aplicó en todos los servicios.

Una de las encuestas fue anulada por marcar varias opciones en la misma pregunta. Por lo tanto, la muestra será de 99 usuarios.

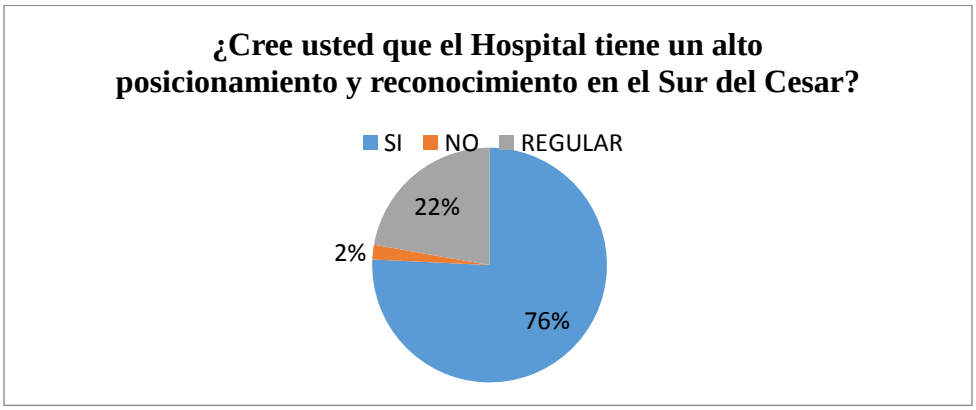


Figura 24. Posicionamiento y reconocimiento en el Sur del Cesar.
Fuente: Pasante

Análisis. El Hospital Regional José David Padilla Villafañe goza de gran reconocimiento y por tal razón de un alto nivel de posicionamiento en el Sur del Cesar, ya que, es el único centro hospitalario que presta sus servicios a los habitantes del área donde se encuentra ubicado y gran parte de la población circunvecina.

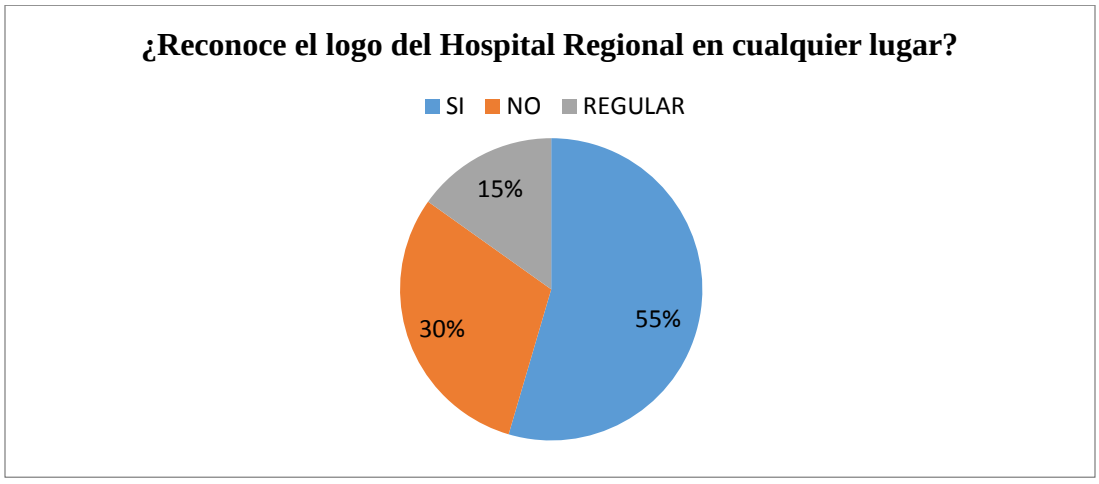


Figura 25. Reconocimiento del logo de la ESE.
Fuente: Pasante

Análisis. Los usuarios son capaces de distinguir el logo institucional en cualquier lugar que se encuentre, aunque, aún hay personas que se les hace difícil distinguirlo y otros no son capaces de reconocerlo porque no le han prestado atención a la imagen institucional o nunca lo habían visto.

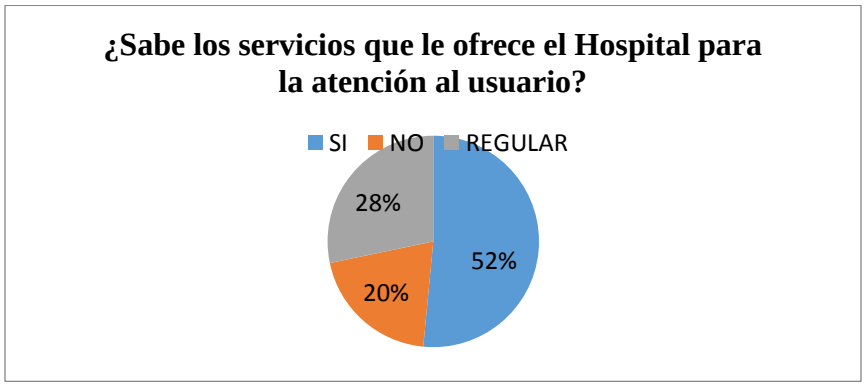


Figura 26. Conocimiento de los servicios que les presta la ESE.

Fuente: Pasante

Análisis. Existe un alto conocimiento en la población sobre los servicios que presta la ESE, sin embargo, estos no han sido de gran relevancia para los usuarios, puesto que solo asisten al hospital en el momento en que presenta alguna afectación en su salud.

Figura 27. Conocimiento de la oficina del SIAU.
Fuente: Pasante

Análisis. Gran parte de la población desconoce que en el Hospital Regional existe una oficina especialmente para que ellos realicen sus peticiones, quejas, sugerencias o reclamos ante

algún suceso ocurrido en la ESE porque no se le ha dado la importancia necesaria para que la comunidad conozca de la existencia de la misma.

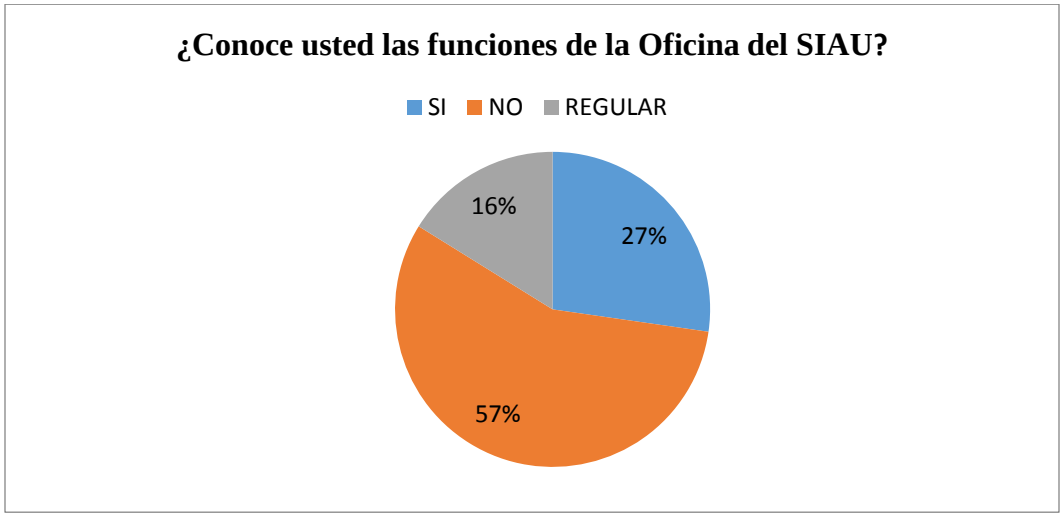


Figura 28. Conocimiento de los usuarios frente a las funciones que realiza el SIAU.
Fuente: Pasante

Análisis. Los usuarios en su gran mayoría desconocen las funciones de la oficina para el servicio de información y atención al usuario, ya que éstas no se ponen en conocimiento de la población a través de los distintos medios o canales de comunicación que son utilizados por el Hospital.

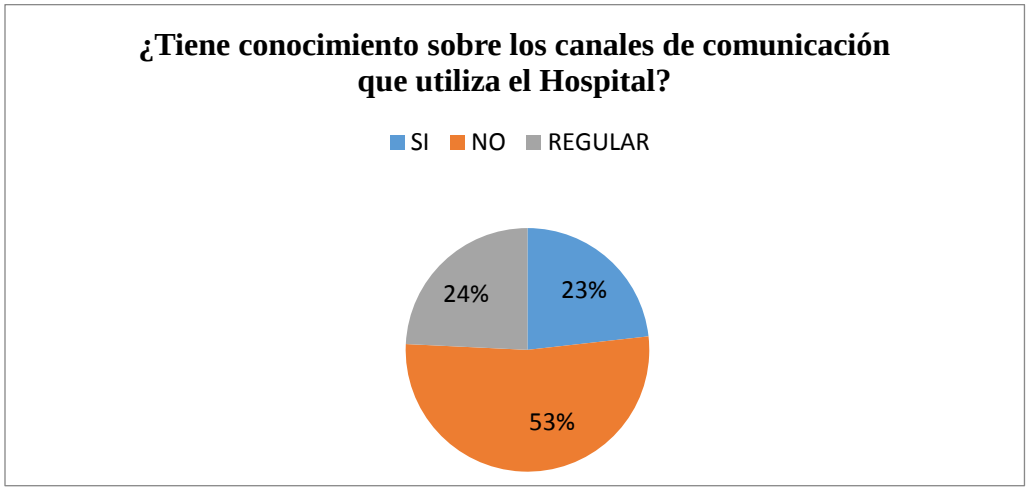


Figura 29. Conocimiento de los canales de comunicación que utiliza la ESE.
Fuente: Pasante

Análisis. Internamente la ESE utiliza canales de comunicación como el correo electrónico y líneas telefónicas para atender a la solicitud de los usuarios; externamente utiliza la radio, la prensa y las redes sociales (Facebook) canales de los cuales la mayoría de la población no sabe que la ESE los utiliza.

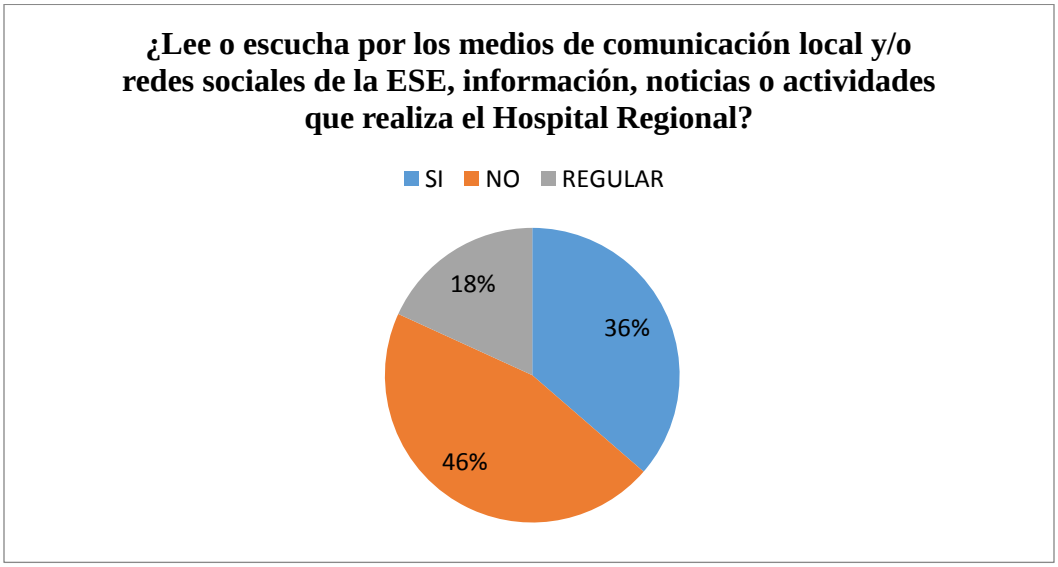


Figura 30. Lee o escucha por medios de comunicación o redes sociales información y/o actividades de la institución.
Fuente: Pasante

Análisis. Gran parte de los usuarios no son receptores de la información que se les transmite a través de los diferentes medios o canales de comunicación que la ESE utiliza para tal fin, debido a que estos medios son poco utilizados y/o alimentados con información relevante o acerca de las actividades que realiza el Hospital.

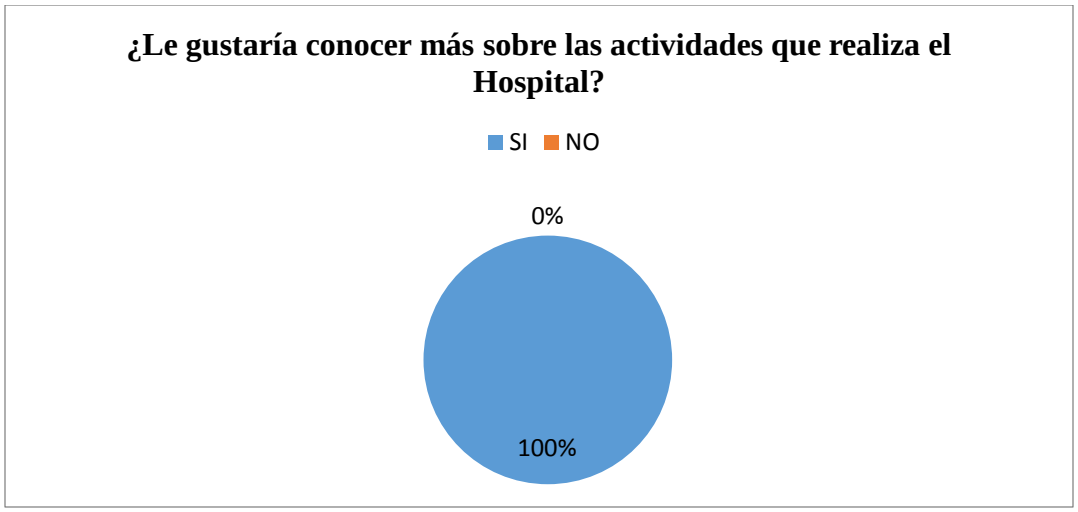


Figura 31. Interés por saber más sobre las actividades que realiza la ESE.
Fuente: Pasante

Análisis. Todos los usuarios están interesados por saber más sobre las actividades e información que el Hospital Regional desee transmitirles en los canales o medios de comunicación más útiles y de fácil acceso para todos, volviéndose esto una oportunidad para que el Hospital empiece a realizar diferentes estrategias comunicativas que mejore la comunicación entre éste y sus usuarios.

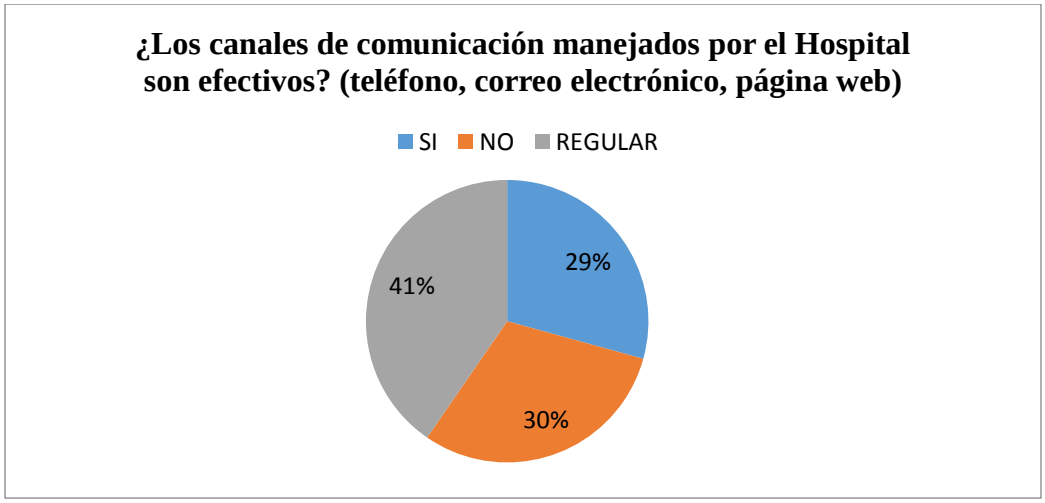


Figura 32. Efectividad de los canales de comunicación internos.
Fuente: Pasante

Análisis. Gran parte de la población considera que la efectividad de los canales de comunicación utilizados por la ESE es regular, algunos porque no obtienen la información necesaria a través de este tipo de medios, para otros, algunas veces es difícil lograr una comunicación directa a través de éstos canales, en especial las líneas telefónicas. Dejando claro la ineficiencia por parte del personal a que se le atribuye este tipo de labores en la institución y la importancia de mejorar prontamente la atención a través de los mismos.

3.1.1.3 Elaborar Matriz DOFA que evidencie la situación de la imagen corporativa del Hospital Regional.

Tabla 3.

Matriz DOFA que evidencie la situación de la imagen corporativa del Hospital Regional.

	FORTALEZAS 1. La relación laboral entre empleados y superiores es buena y efectiva. 2. La relación entre los empleados es buena. 3. Los empleados se sienten satisfechos con el ambiente laboral. 4. Realiza a menudo actividades de integración para sus empleados. 5. Cuenta con gran reconocimiento. 6. El logo institucional es reconocido en cualquier lugar por la mayoría de los usuarios.	DEBILIDADES 1. Regularmente se tiene en cuenta la opinión de los empleados. 2. La mayoría de los empleados no han tenido posibilidades de crecimiento ni desarrollo profesional. 3. Los empleados no reciben reconocimientos por el buen desempeño o compromiso con la empresa. 4. Los empleados consideran que la comunicación interna es regular. 5. Gran cantidad de los empleados desconocen la plataforma estratégica y significados de los elementos como el logo y los colores institucionales. 6. El logo institucional es excluyente. 7. El logo de la oficina del SIAU es un logo ambiguo tomado de otra institución y acoplado al Hospital. 8. Las instalaciones para charlas, actividades, reuniones o capacitaciones es deficiente. 9. Los usuarios desconocen las funciones de la oficina del SIAU. 10. Los usuarios desconocen los canales de comunicación que utiliza el Hospital. 11. Pocos usuarios leen o escuchan información institucional. 12. Los canales de comunicación internos (línea telefónica, correo electrónico, portal web) no son efectivos, acto que refleja desconfianza en los usuarios.
OPORTUNIDADES 1. Buena relación entre los empleados y entre empleados y superiores. 2. Estrategias que permiten mejorar la comunicación con los empleados. 3. Estrategias comunicativas que permiten	ESTRATEGIAS F.O. - Disminuir el uso de medios de comunicación como las redes sociales Facebook y WhatsApp en la institución para fortalecer la comunicación interpersonal.	ESTRATEGIAS D.O. - Aplicar la comunicación descendente, ascendente, horizontal y transversal. - Realizar actividades o charlas de motivación laboral. - Difusión de información constante, a través de medios de comunicación masivos.

fortalecer la identidad e imagen de la empresa. 4. Diferentes formas de motivación laboral. 5. Atraer mayor audiencia ya que los usuarios interesados en conocer las actividades que realiza el Hospital. 6. Redes y medios de transmisión de información.		- Reconocimiento público y ascensos a empleados, por buen desempeño, antigüedad y compromiso con la institución
AMENAZAS	ESTRATEGIAS F.A.	ESTRATEGIAS D.A.
1. Poca difusión publicitaria a través de los canales que está utilizando la ESE. 2. Usuarios totalmente desinformados la mayoría del tiempo de las actividades que se realizan. 3. Inactividad y desinterés en las redes sociales por parte de usuarios y comunidad en general por poca difusión transmitida por la ESE. 4. Aparición de nuevas redes sociales en las que no se tenga presencia que ocasionen la migración de los usuarios a ellas.	- Aprovechar la buena relación de los empleados y superiores y el ambiente laboral para desarrollar jornadas de concientización laboral.	- Rediseñar el logo institucional. - Realizar una manual de identidad e imagen visual corporativa. - Elaboración de una manual digital sobre plataforma estratégica institucional. - Elaboración de una cartilla digital sobre la oficina de Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU.

Nota. La tabla muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la comunicación del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE, que se identificaron durante la realización de la pasantía, como también, las estrategias que se deberían realizar para fortalecer la misma.Fuente. Pasante.

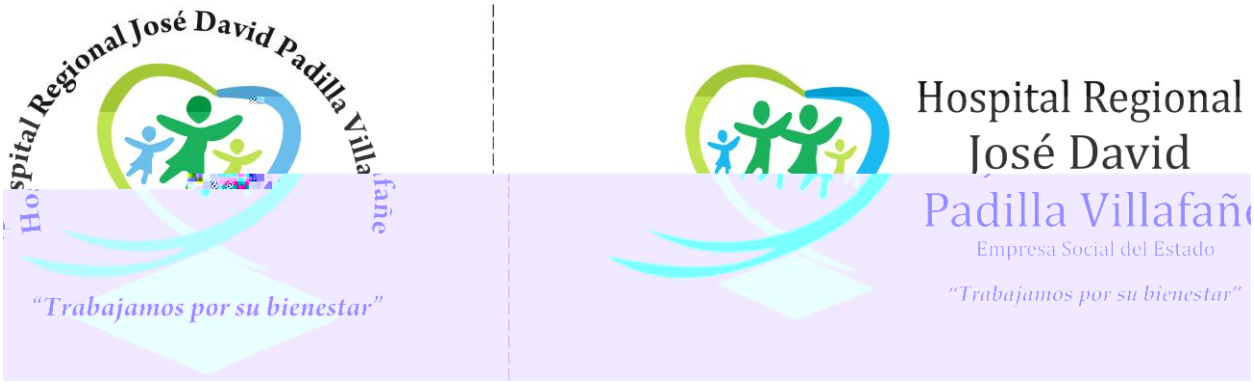
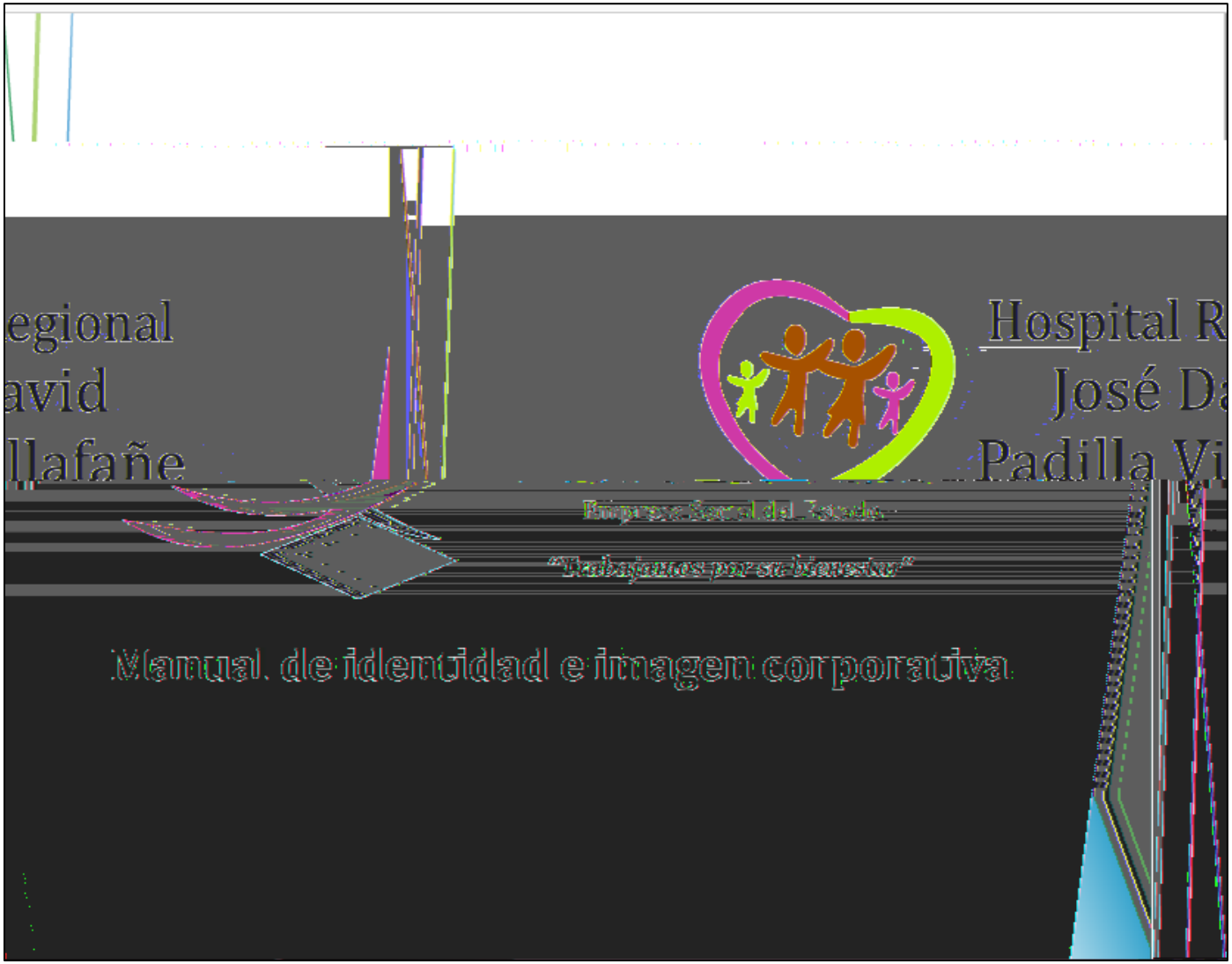


Figura 33 Logo antiguo y nuevo del Hospital Regional José David Padilla Villafañe.
Fuente. Pasante.

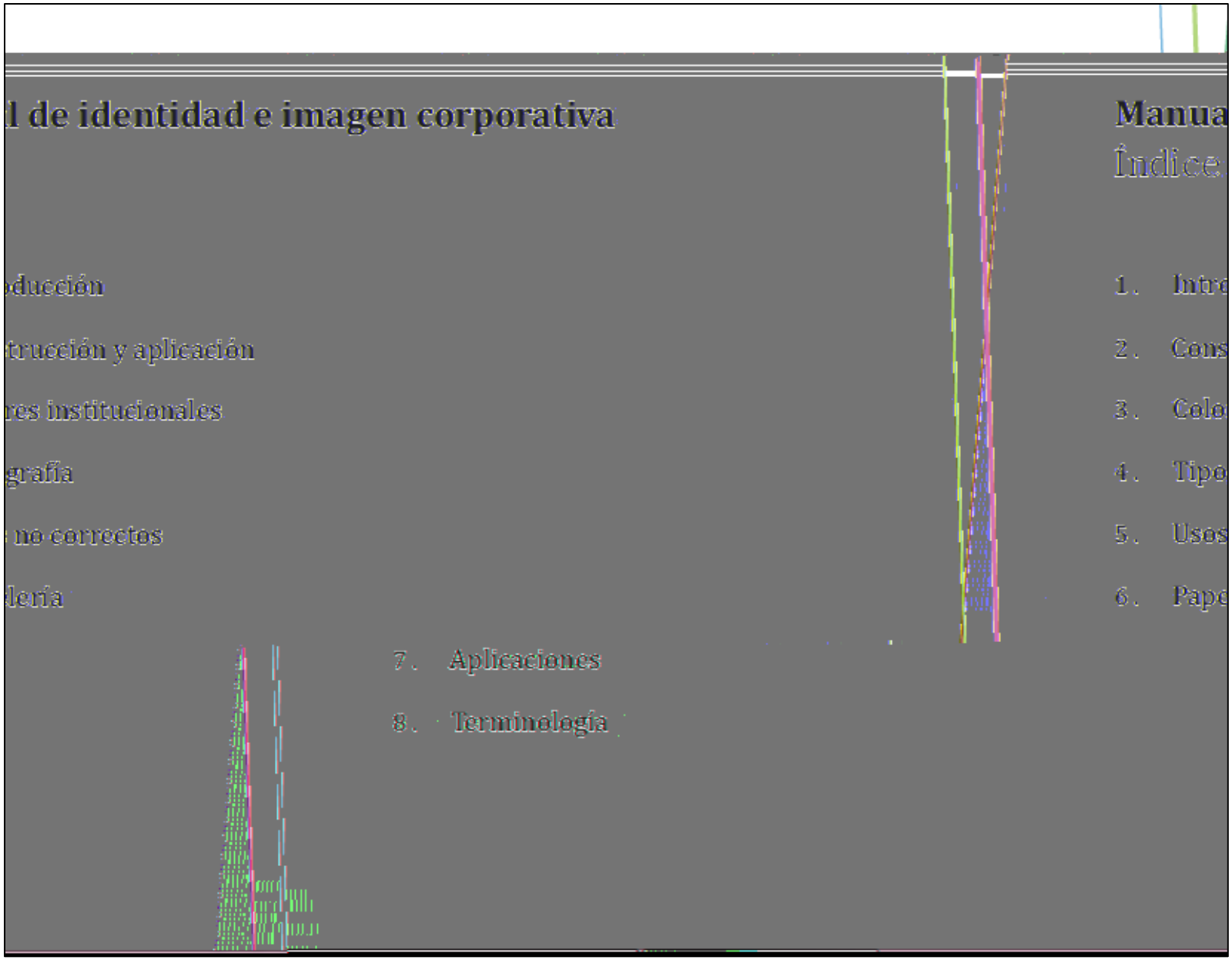
- Manual de identidad e imagen visual corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.



El manual de identidad e imagen corporativa de la E.S.E. Hospital Regional José David Padilla Villafañe contiene los elementos que representan visualmente a la empresa.

Se establecen las pautas de construcción y aplicación del logo, los colores institucionales, el uso de las tipografías y los usos indebidos del mismo.

Al manual se le debe dar la importancia y aplicación necesaria, ya que será la herramienta que permitirá darle un valor significativo y reflejar la filosofía de la empresa interna y externamente.


l de identidad e imagen corporativa
Manua
Índice
ducción
trucción y aplicación
res institucionales
grafía
no correctos
lería
1. Intro
2. Cons
3. Colo
4. Tipo
5. Usos
6. Pape
7. Aplicaciones
8. Terminología

1. Introducción

Nuestro compromiso es la excelencia en la prestación de servicios de salud humanizados y seguros, con el recurso humano indicado y altamente calificado.

Es necesario que el estilo de comunicación visual corporativa de la empresa ayude a transmitir lo que queremos brindarle a nuestros usuarios; un mensaje de carácter corporativo para que los actores internos y externos se identifiquen y se asocien con la organización.

Hospital Regional
José David
Padilla Villafañe
Empresa Social del Estado

"Trabajamos por su bienestar"

2. Construcción y aplicación

El símbolo nace de la unión de dos palabras claves muy importantes a la hora de referirse a la prestación de servicios a los usuarios.

SEGURIDAD - HUMANIZACIÓN

Como complemento está el diamante que representa excelencia y calidad, cualidades con las que definimos a nuestro talento humano.

El identificador está compuesto por el nombre de la empresa en letras bajas y altas, además, contiene el eslogan que siempre ha acompañado al logotipo de la institución.

LOS COLORES INSTITUCIONALES:

· El color Chartreuse es utilizado por tener una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad; y representa

Símbolo

Identificador

· El color negro es utilizado para la tipografía porque refleja elegancia

2. Construcción y aplicación

El logotipo puede presentarse en dos formas distintas, el símbolo en forma sencilla o el logotipo completo, que lo conforma el Símbolo + Identificador + Eslogan.

Se hará uso del símbolo sencillo en fotografías específicamente en la parte inferior derecha.

Símbolo

Símbolo + Identificador + Eslogan

Hospital Regio
José David
Padilla Villafa
Empresa Social del Estado
"Trabajamos por su bienest

2. Construcción y aplicación

tipo de la empresa se inscribe en una
icie modular de proporciones 26x11.

r "X" establece la unidad de medidas.
logra establecer la correcta proporción

26x

11x

x

x

Hospital Regional
José David

"Trabajamos por su bienestar"

PROTECCIÓN

erva mínima, se debe mantener
todo el logotipo, equivale a 2x.

El logo
superfi

El valo
Así se

ÁREA DE

El área de res
al rededor de

l de identidad corporativa

7 | Manua

2. Construcción y aplicación

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Hace referencia al tamaño más pequeño que se puede utilizar el logotipo o símbolo para asegurar su legibilidad.

Impresión offset

18,861 mm

15,873 mm

Impresión serigrafía

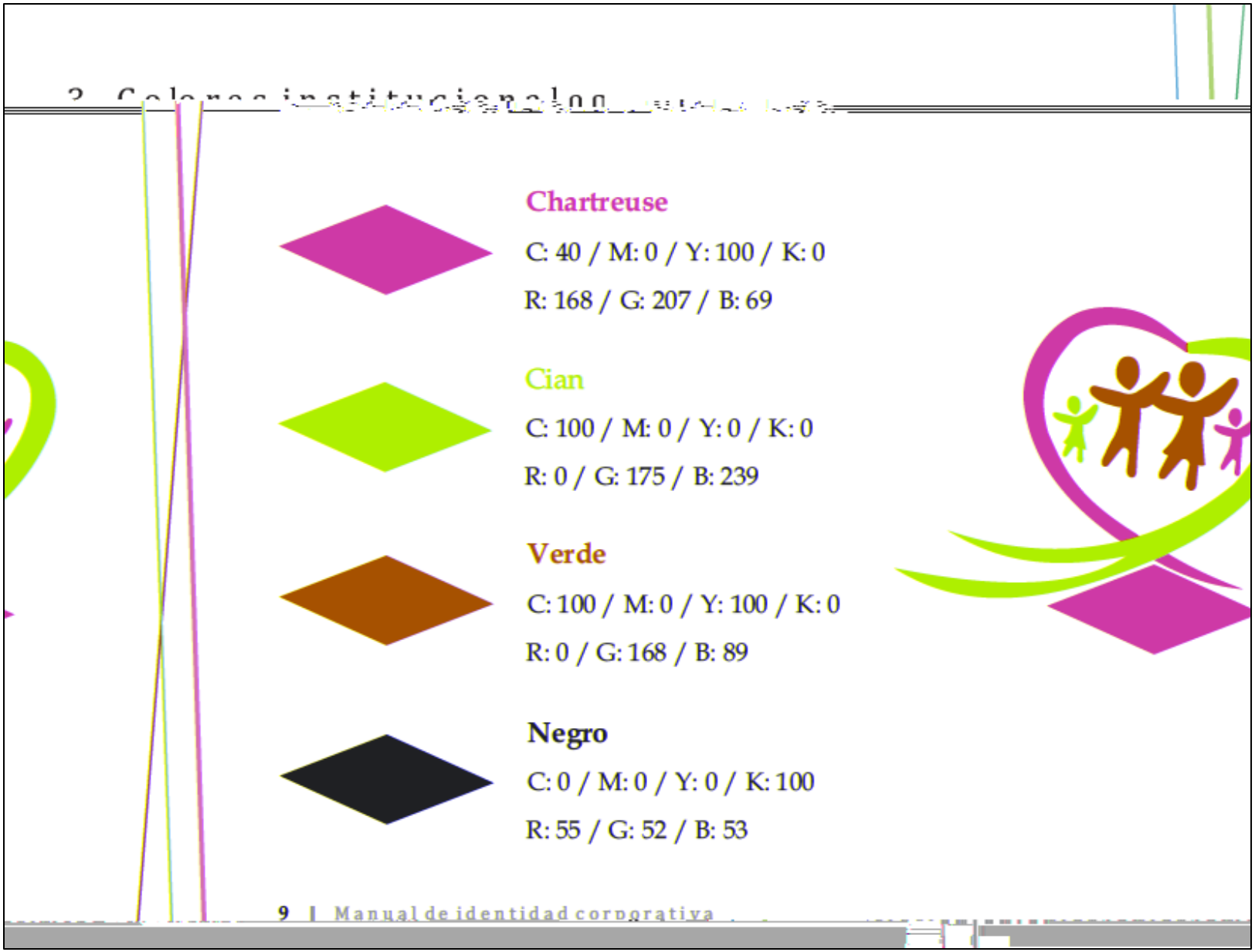
200 px

887 px

Soporte digital

15,873 mm

75,068 mm


Chartreuse
C: 40 / M: 0 / Y: 100 / K: 0
R: 168 / G: 207 / B: 69
Cian
C: 100 / M: 0 / Y: 0 / K: 0
R: 0 / G: 175 / B: 239
Verde
C: 100 / M: 0 / Y: 100 / K: 0
R: 0 / G: 168 / B: 89
Negro
C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100
R: 55 / G: 52 / B: 53
9 | Manual de identidad corporativa

3. Colores institucionales

APLICACIONES CROMÁTICAS

SOBRE BLANCO

NEGRO SOBRE BLANCO

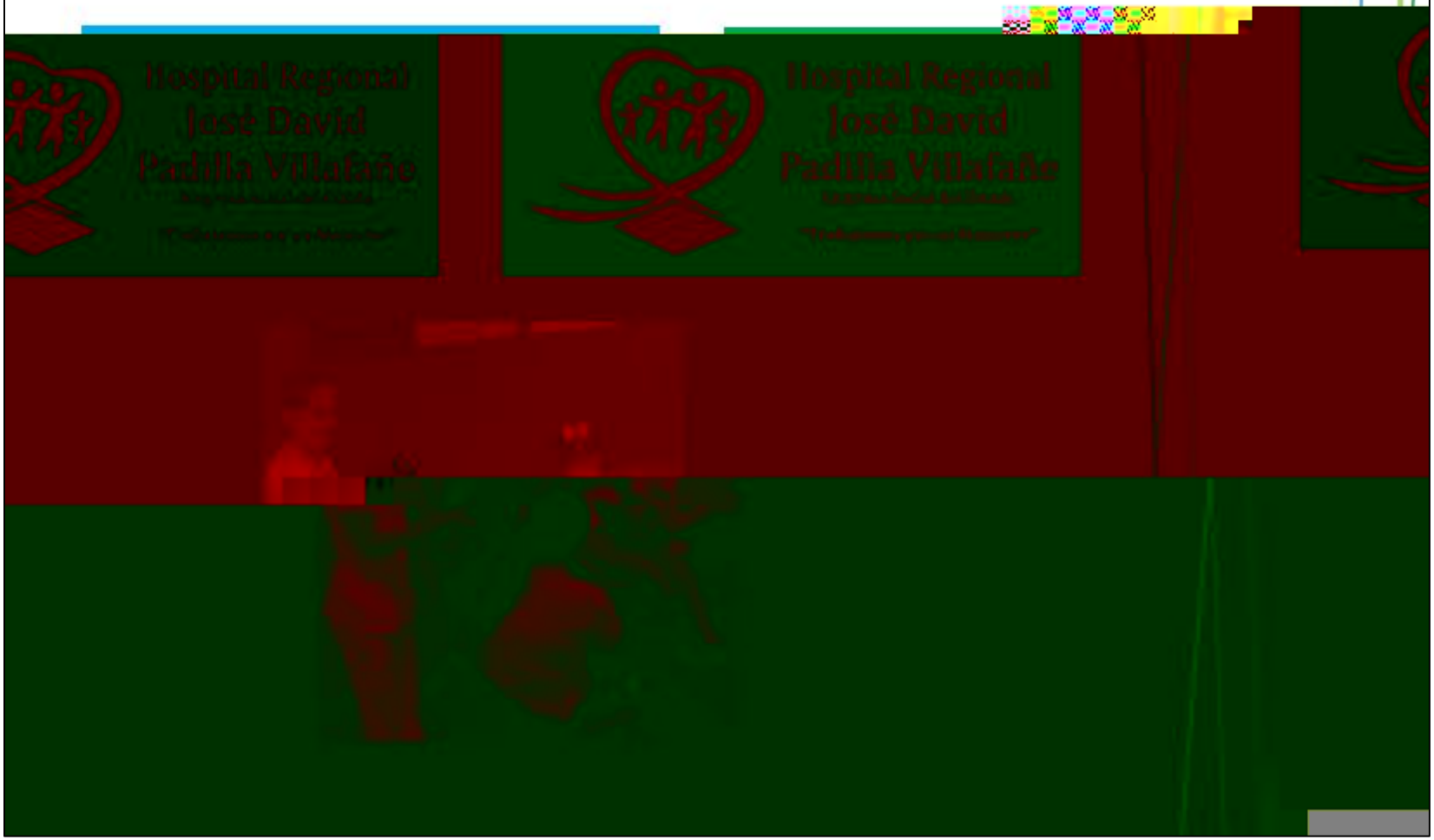
ANCO SOBRE CHARTREUSE

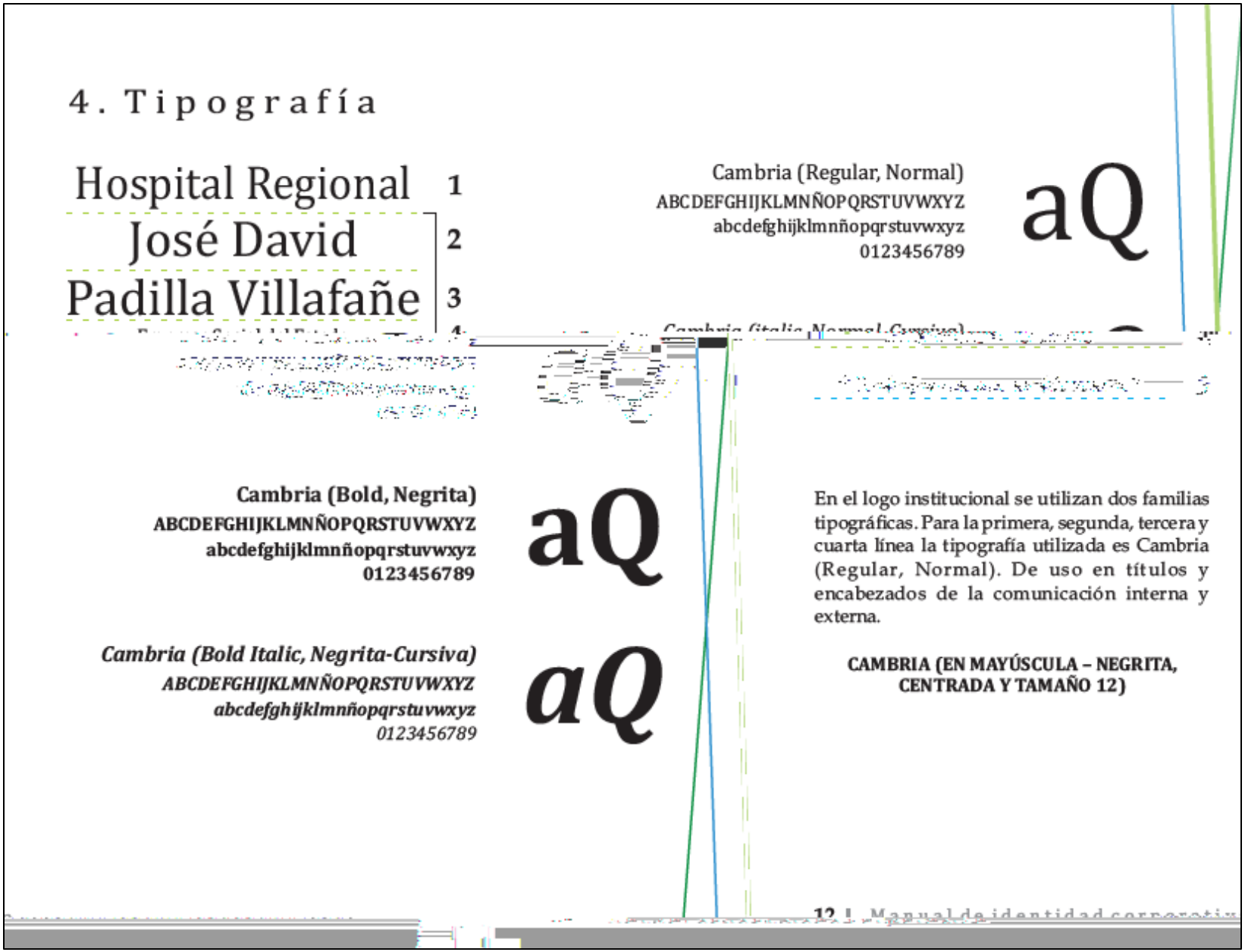
BLANCO SOBRE NEGRO

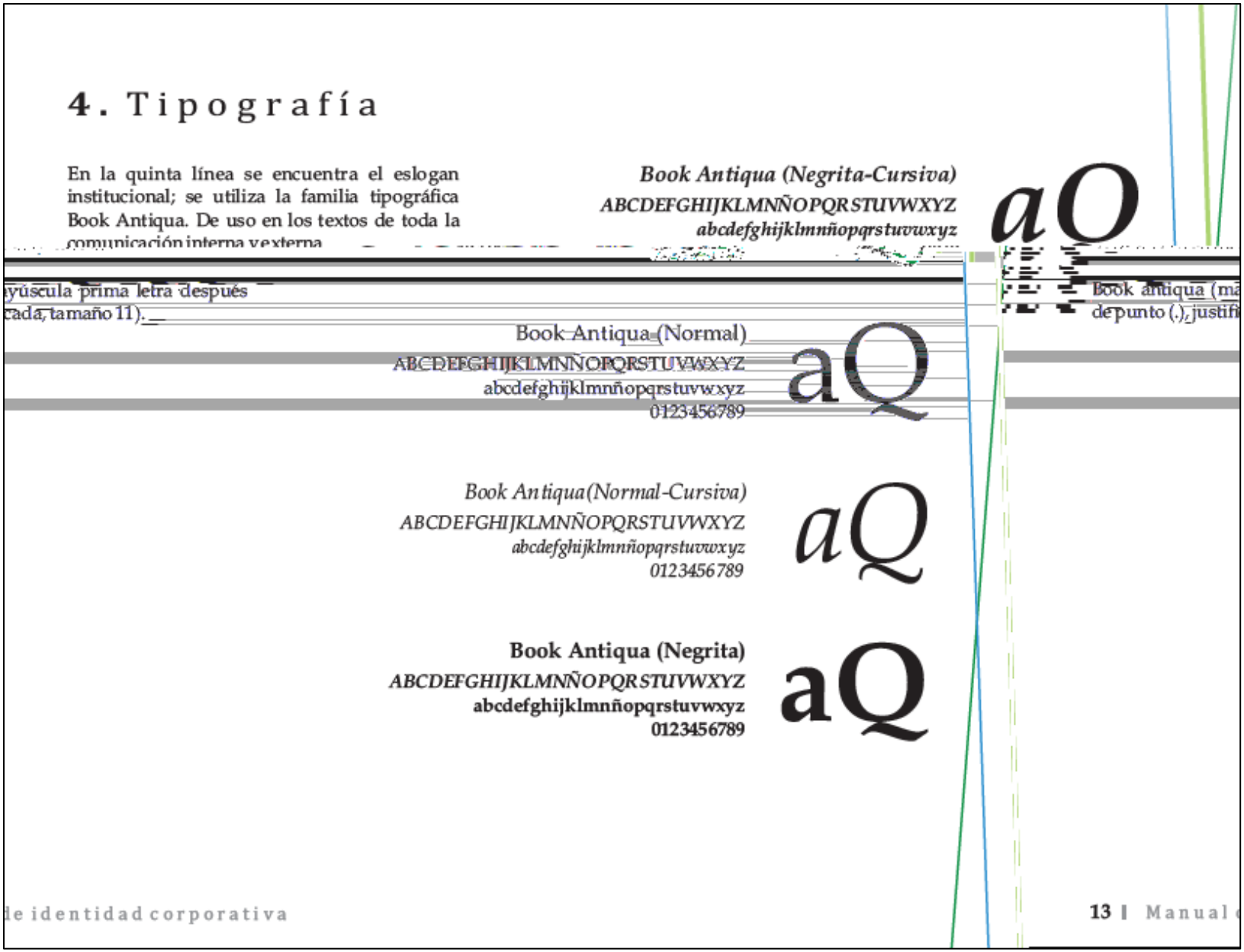
BLA

3. Colores institucionales

APLICACIONES CROMÁTICAS




4. Tipografía
Hospital Regional 1
José David 2
Padilla Villafañe 3
4
Cambria (Regular, Normal)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
Cambria (Bold, Negrita)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
Cambria (Bold Italic, Negrita-Cursiva)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
En el logo institucional se utilizan dos familias tipográficas. Para la primera, segunda, tercera y cuarta línea la tipografía utilizada es Cambria (Regular, Normal). De uso en títulos y encabezados de la comunicación interna y externa.
CAMBRIA (EN MAYÚSCULA – NEGRITA, CENTRADA Y TAMAÑO 12)
12 | Manual de identidad corporativ


4. Tipografía
En la quinta línea se encuentra el eslogan institucional; se utiliza la familia tipográfica Book Antiqua. De uso en los textos de toda la comunicación interna y externa
Book Antiqua (Negrita-Cursiva)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
aQ
yúscula prima letra después
cada, tamaño 11).
Book antiqua (ma
de punto (.), justifi
Book Antiqua (Normal)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
Book Antiqua(Normal-Cursiva)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
Book Antiqua (Negrita)
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
aQ
de identidad corporativa
13 | Manual

5. Usos no correctos

Debe haber un cuidado especial con los USOS NO CORRECTOS que afecten la imagen de la identidad corporativa.

Hospital Regional
José David
Padilla Villafañe
Empresa Social del Estado
"Trabajamos por su bienestar"

DISTORSIÓN EN SU PROPORCIÓN

Hospital Regional
José David

Hospital Regional
José David

"Trabajamos por su bienestar"

CAMBIOS EN LA DISTRIBUCIÓN
DE LOS ELEMENTOS

CAMBIOS EN LOS COLORES

5. Usos no correctos

Hospital Regional
José David
Padilla Villafañe

"Trabajamos por su bienestar"

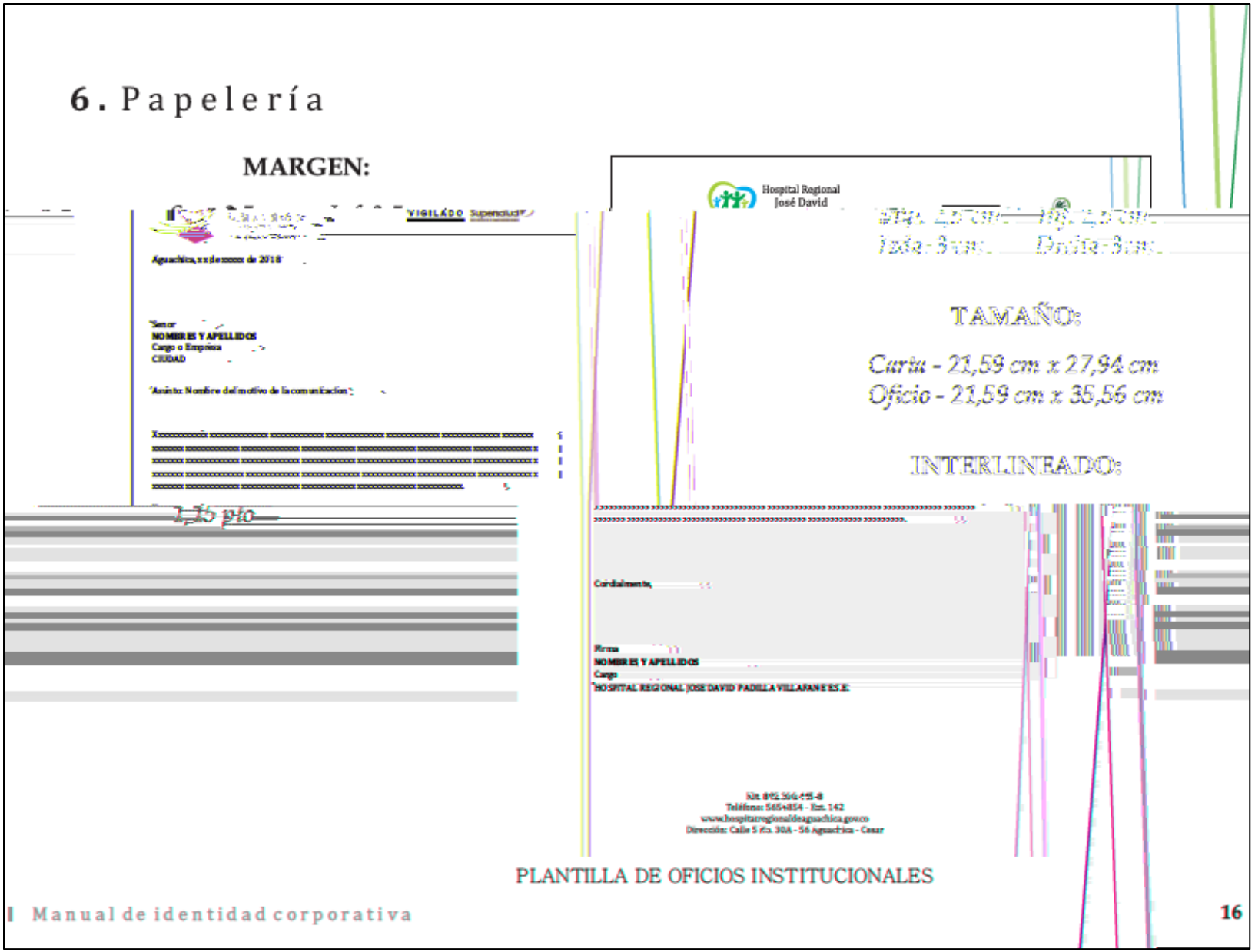
ELIMINACIÓN DE ELEMENTOS DEL LOGOTIPO

E. S. E.
HOSPITAL
REGIONAL
José David Padilla Villafañe
"Trabajamos por su bienestar"

CAMBIOS DE POSICIÓN Y/O TIPOGRAFÍA

6. Papelería

MARGEN:



PLANTILLA DE OFICIOS INSTITUCIONALES

6. Papelería

MARGEN:

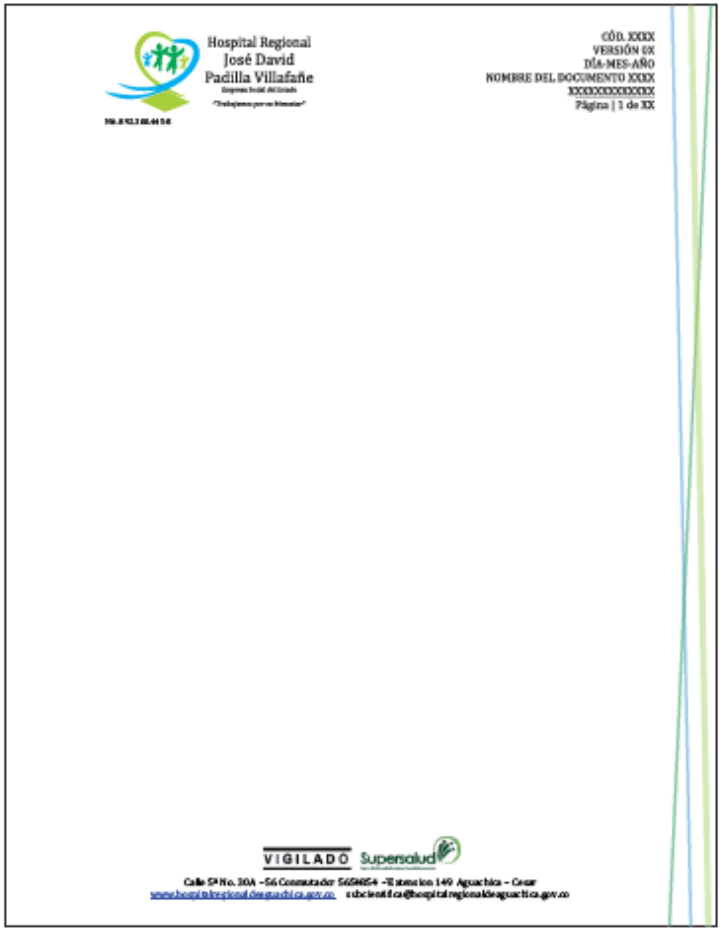
Sup. 2,5 cm *Inf. 2,5 cm*
Izda. 3 cm *Drcha. 3cm*

TAMAÑO:

Carta - 21,59 cm x 27,94 cm
Oficio - 21,59 cm x 35,56 cm

INTERLINEADO:

1,15 pto



PLANTILLA GUÍAS INSTITUCIONALES

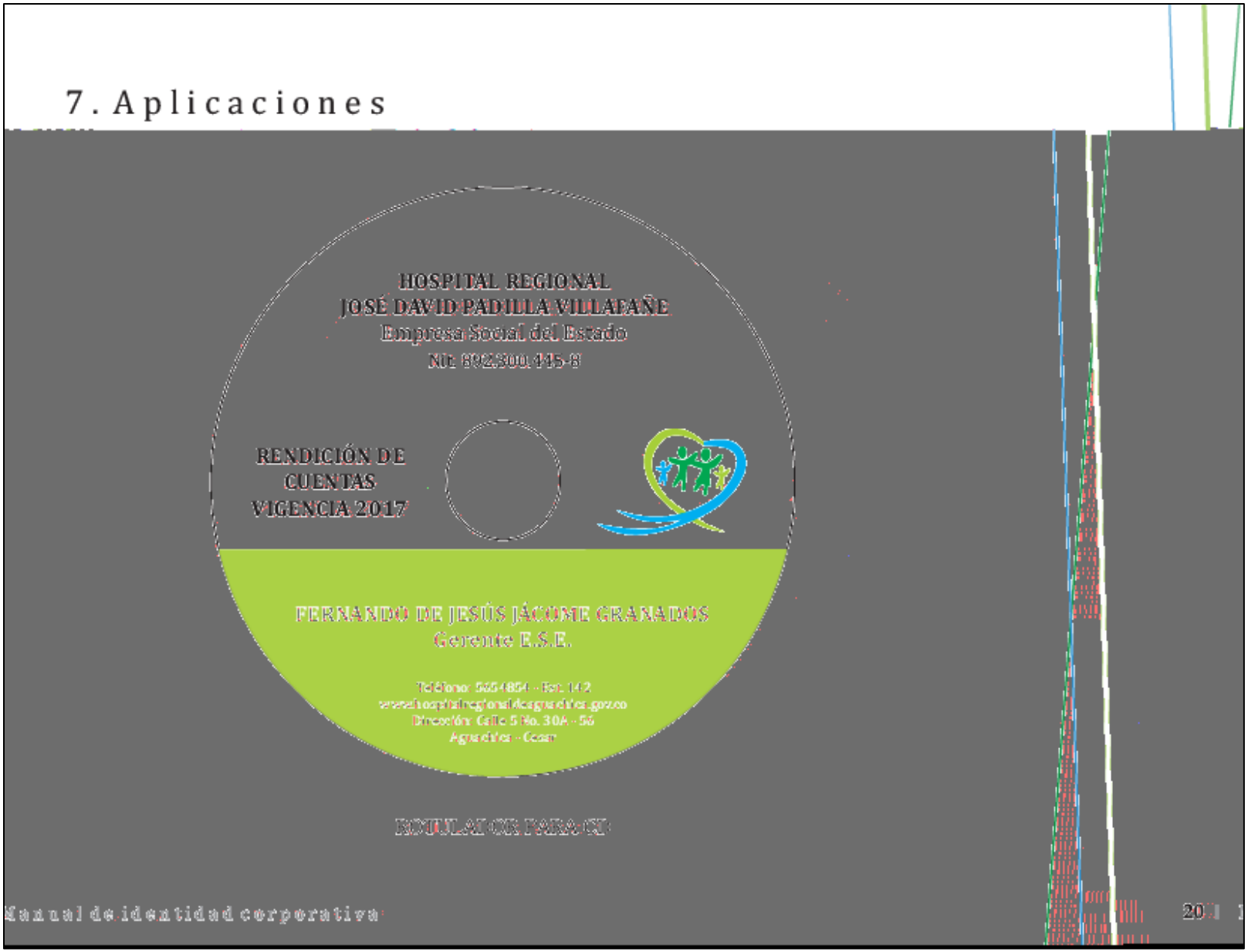
6. Papelería

NOTAS

TARJETAS DE VISITA

7. Aplicaciones

7. Aplicaciones



l visual de la empresa:

presa.

mbre que identifica a la

scribir textos. (Batang,

8. Terminología

IDENTIDAD CORPORATIVA

Es el conjunto de comportamientos, principios, valores de la empresa, que permiten crear ideas de lo que la empresa representa, como también, la capacidad de identificarla y diferenciarla de las demás.

IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Es el aspecto visual de la empresa; puede contener logotipo, símbolos, tipografía y demás elementos necesarios definidos en un documento llamado manual de identidad corporativa.

IMAGEN CORPORATIVA

Es la perspectiva que tienen los usuarios de la institución, es decir, el conjunto de prejuicios, sensaciones, pensamientos y/o ideas sobre la empresa antes de adquirir los servicios que presa, como también, los juicios y las experiencias adquiridas luego de conocerlos.

MANUAL DE IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA

Es el documento donde se plasman todos aquellos elementos necesarios para identificación, reconocimiento y diferenciación visual de una empresa.

LOGOTIPO

Elementos que componen la identidad
símbolo, identificador, colores.

SÍMBOLO

Elemento gráfico que simboliza a la emp

IDENTIFICADOR

Es la parte tipográfica que expone el no
empresa.

TIPOGRAFÍA

Es el tipo de letra que se utiliza para e
Book Antiqua, Arial, Calibri, etc.)

Hospital Regional
José David
Padilla Villafañe
Empresa Social del Estado
"Trabajamos por su bienestar"

3.1.3 Definir las estrategias de comunicación externas para mejorar la imagen corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

3.1.3.1 Elaborar piezas graficas destacando el logo y los colores de la institución (volantes, folletos, etc.).

Se elaboraron semanalmente diferentes tipos de elementos gráficos, como volantes, pancartas y folletos, que fueron utilizados pata fortalecer las demás actividades realizadas.

Figura 34. Tarjeta día de la mujer.
Fuente: Pasante

Figura 35. Volante simulacro de evacuación.
Fuente: Pasante

Figura 36. Volante citas médicas.
Fuente: Pasante

Figura 37. Tarjeta día internacional del síndrome de Down.
Fuente: Pasante

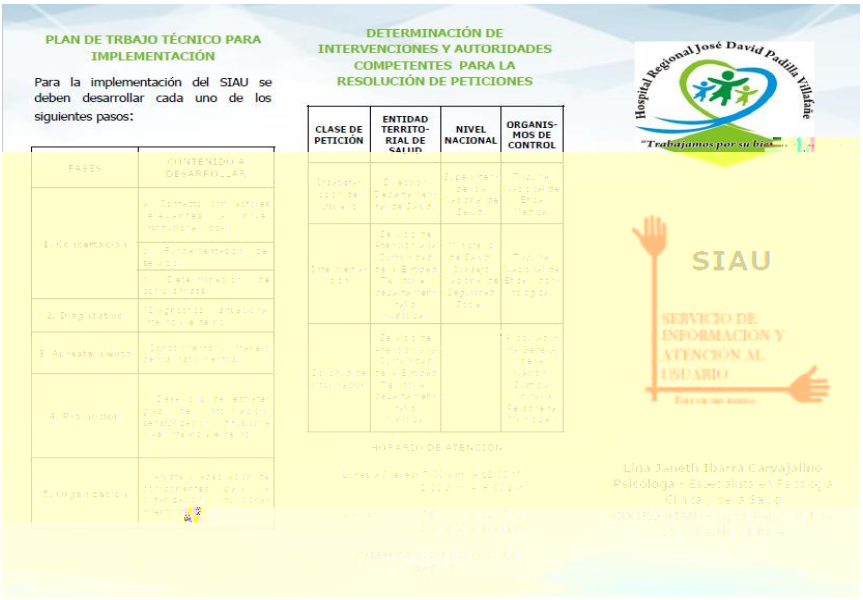


Figura 38. Folleto Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU.
Fuente: Pasante

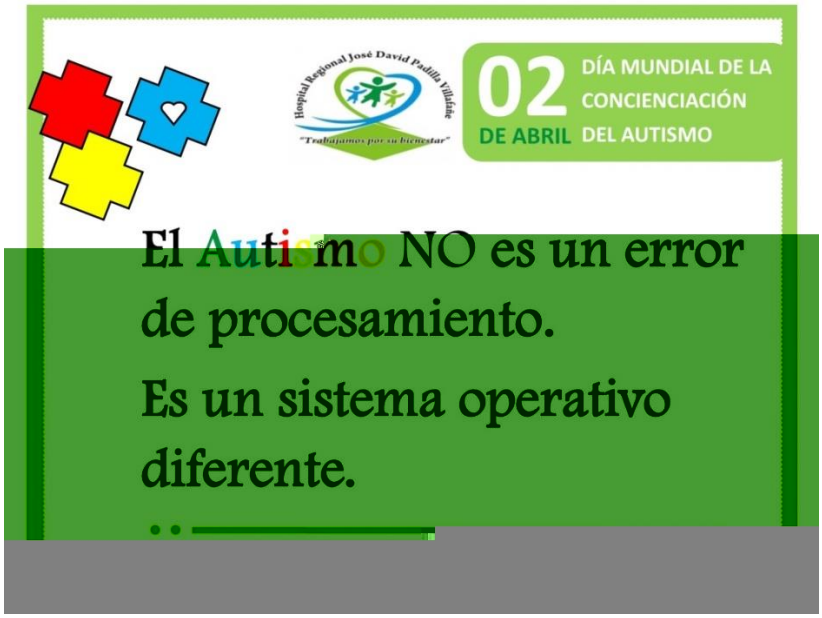


Figura 39. Tarjeta día mundial de la concienciación del autismo.
Fuente: Pasante

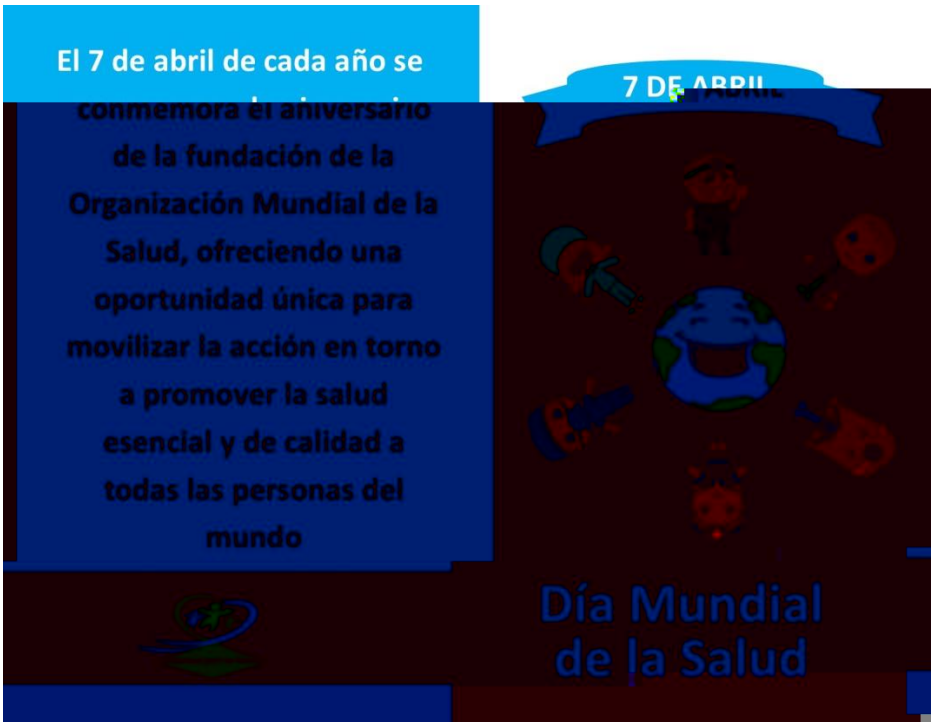


Figura 40. Tarjeta día mundial de la salud.
Fuente: Pasante

Figura 41. Folleto del dengue.
Fuente: Pasante

Figura 42. Invitación a rendición de cuentas públicas vigencia 2017.
Fuente: Pasante

Figura 43. Folleto 10 pasos para ser feliz.
Fuente: Pasante

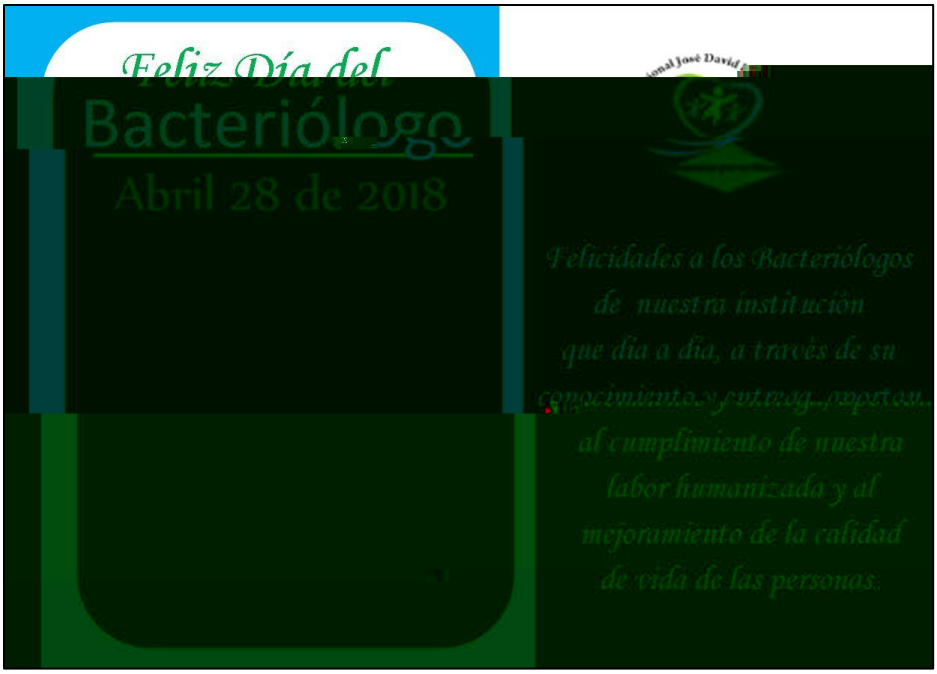


Figura 44. Tarjeta día del bacteriólogo.
Fuente: Pasante

Figura 45. Tarjeta de invitación día del trabajador.
Fuente: Pasante

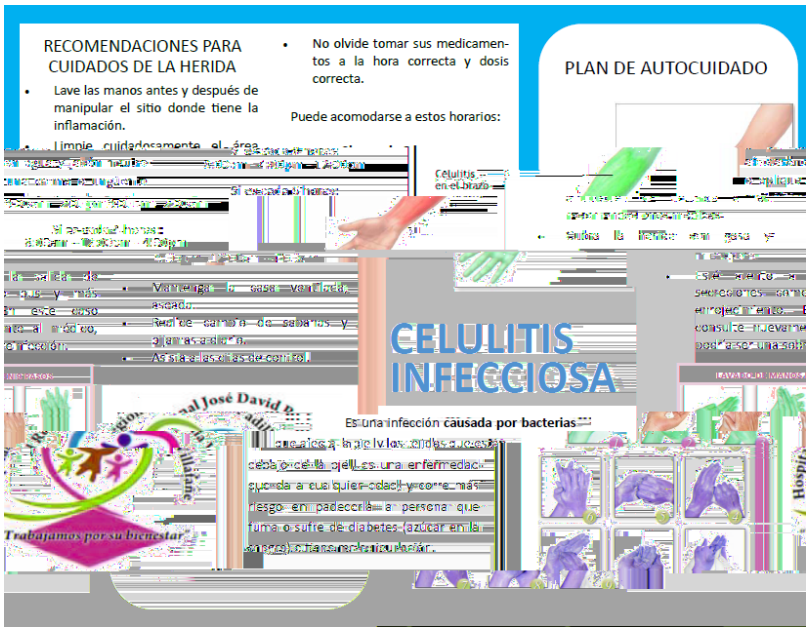
Figura 46. Tarjeta de invitación día de la secretaria.
Fuente: Pasante

Figura 47. Folleto contra el abuso sexual infantil.
Fuente: Pasante

Figura 48. Tarjeta día mundial del Lupus.
Fuente: Pasante

Figura 49

Figura 50. Folleto accidente cerebro – vascular.
Fuente: Pasante



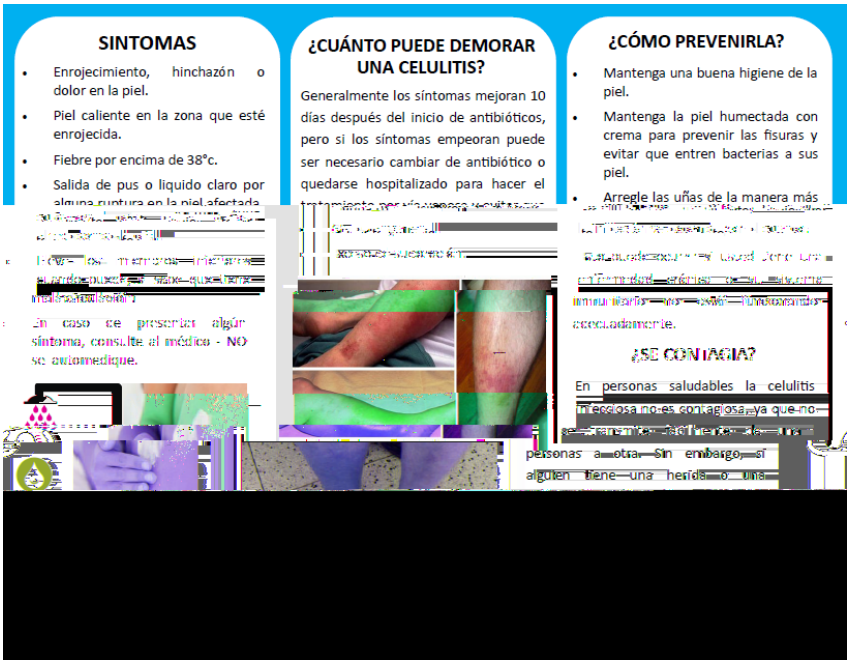


Figura 51. Folleto plan de autocuidado de celulitis infecciosa.
Fuente: Pasante

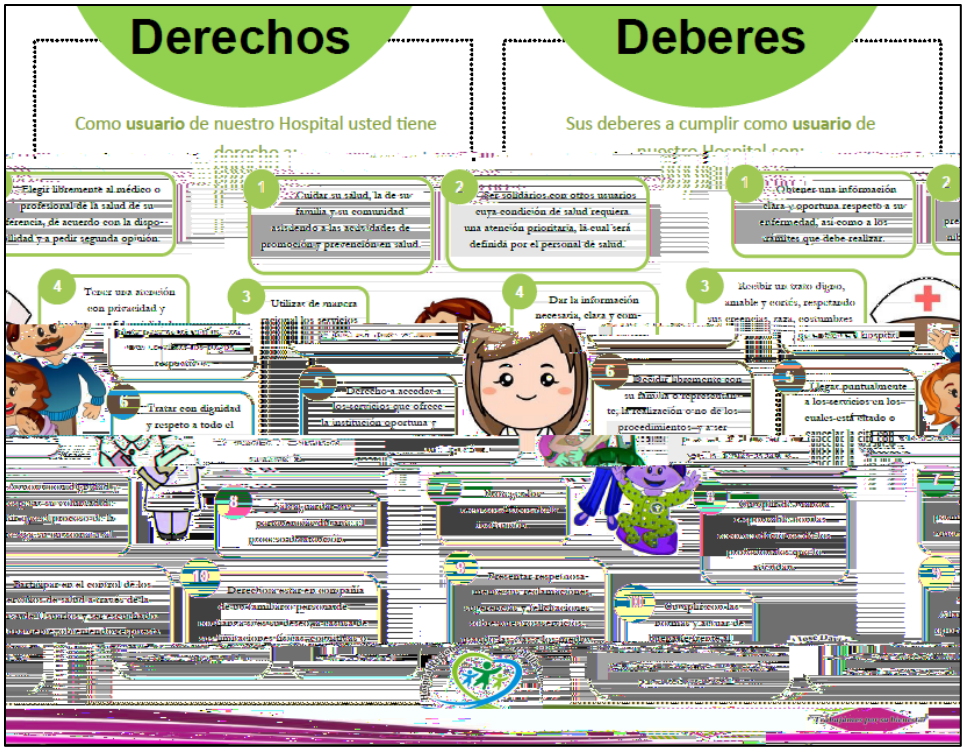


Figura 52. Folleto derechos y deberes del Hospital.
Fuente: Pasante

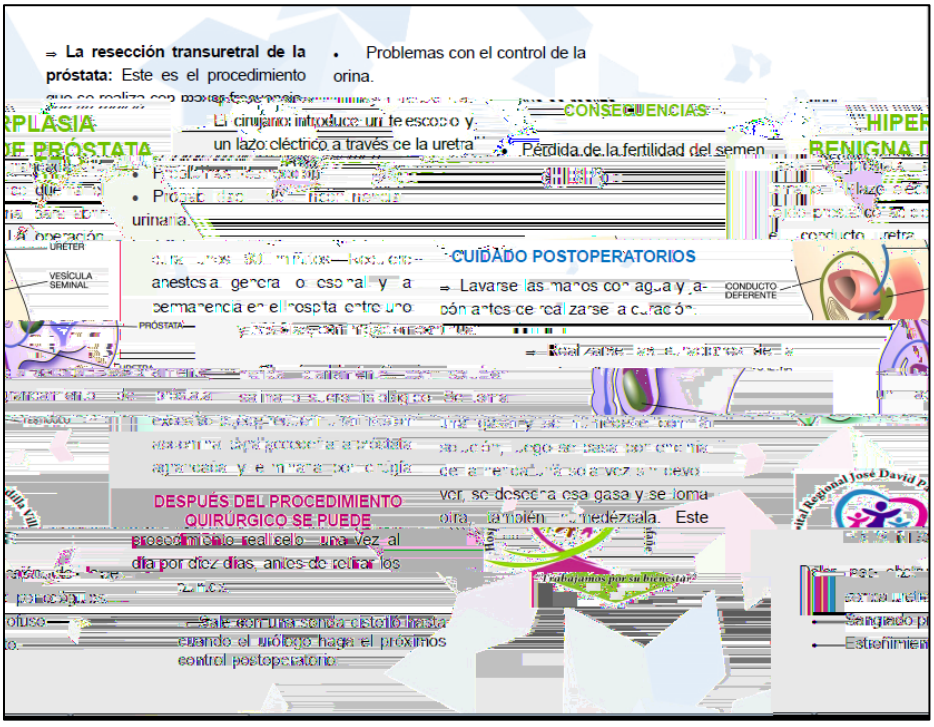
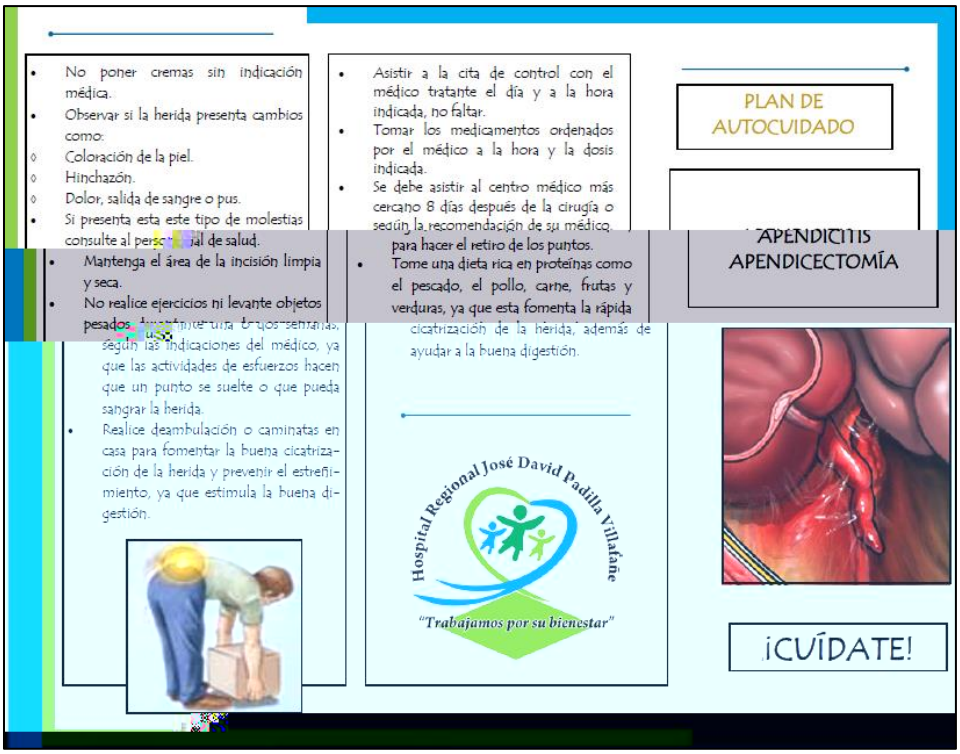


Figura 53. Folleto hiperplasia benigna de próstata.
Fuente: Pasante



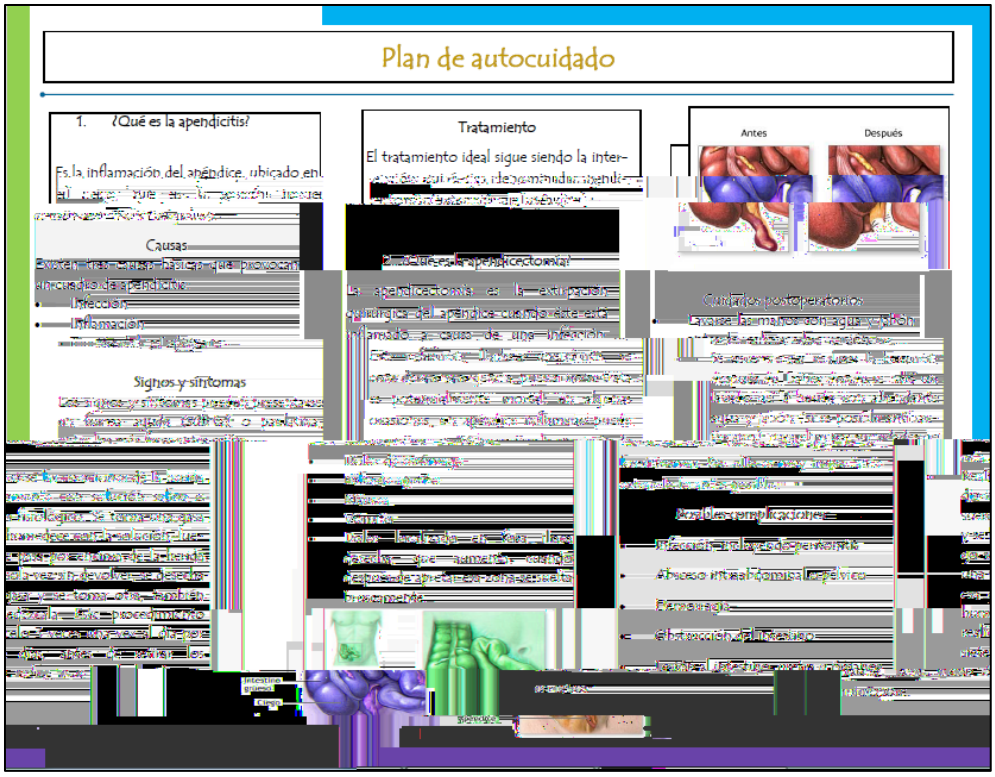


Figura 54. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía.
Fuente: Pasante

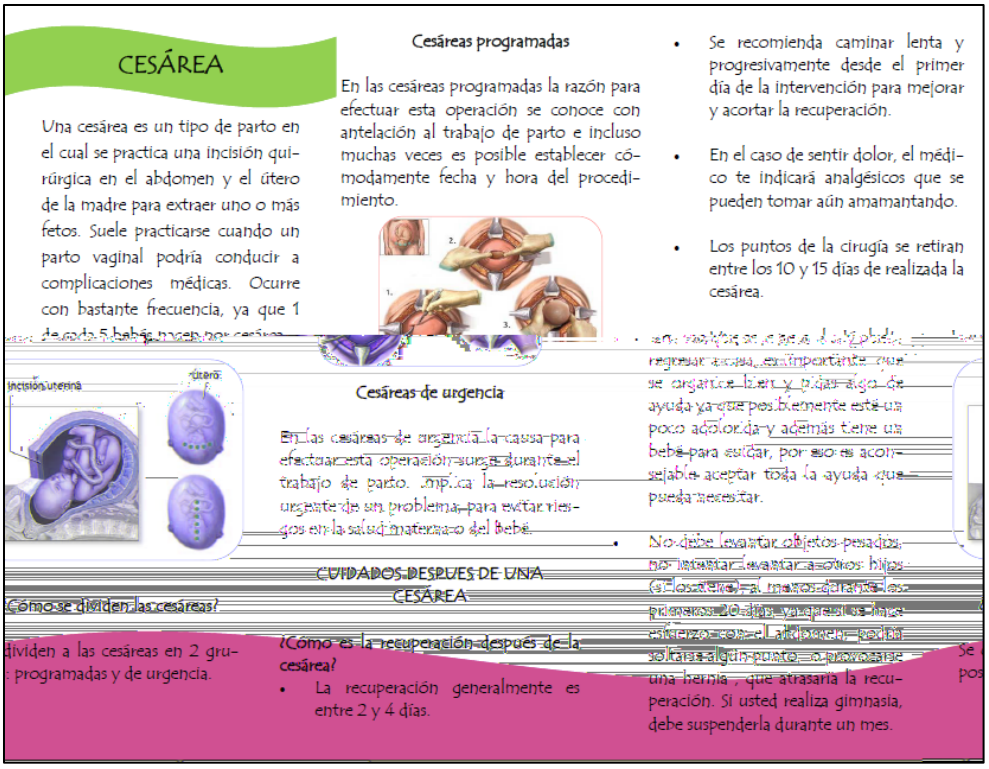
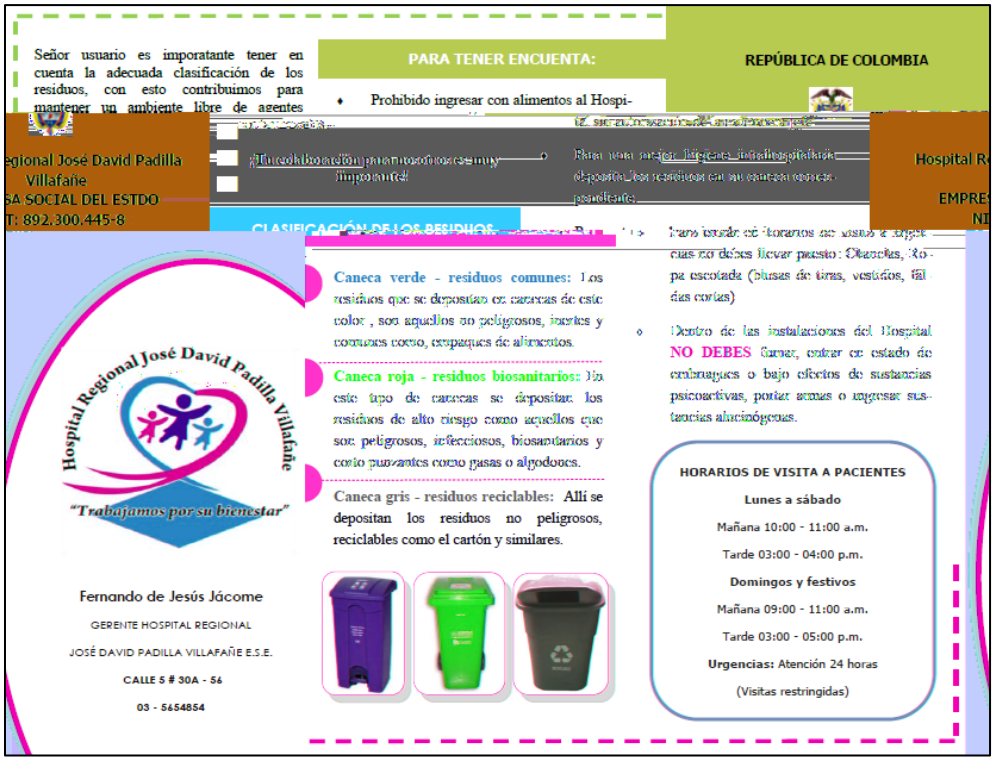


Figura 55. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía.
Fuente: Pasante



COPAGOS

Corresponde a la parte del valor del servicio cubierto por el plan obligatorio de salud, pos, que asume el usuario.

- Se cobra COPAGO dando cumplimiento al acuerdo 260 de 2004 CNSSS.

RANGO DE IBC EN SMLMV (1)	COPAGO EN % DEL VALOR DEL SERVICIO
MENOR A 2 SMLMV	11,50%
ENTRE 2 Y 5 SMLMV	17,30%
MAYOR A 5 SMLMV	23,00%

IBC: Ingreso Base de Cotización.

SMLMV: Salario Mínimo Legal Mensual Vigente.

El copago no se cobra en:

- Enfermedades catastróficas o de alto costo.
- Atención inicial de urgencias.
- Consulta externa: médica, odontológica y paramédica.
- Formula de medicamentos para tratamientos ambulatorios.
- Exámenes de diagnóstico por laboratorio clínico que se ordenen en forma ambulatoria y que no requieren autorización adicional a la del médico tratante.
- Exámenes de diagnostico por imagenología que no requieran autorización adicional a la del médico tratante.
- Servicios de promoción y prevención.
- Programas de control en atención materno infantil: Crecimiento y desarrollo, Control de embarazo y puerperio, Atención de parto espontaneo intervenido por cesarea, Atención de las complicaciones del embarazo en las que se incluye amenaza de aborto y aborto espontaneo, Complicaciones del puerperio y Planificacion familiar.
- Interrupción voluntaria del embarazo.

Afiliados que no cancelan copago:

- Niños durante el primer año de vida.
- Los afiliados del nivel 1 y los usuarios afiliados
- Victimas de lecciones personales causadas por el uso de ácidos o sustancias similar o corrosiva que generen daño o destrucción al entrar en contacto con el tejido humano.
- Población menor de 18 años con complicaciones de salud.

Poblaciones especiales:

- Población indigente.
- Población victimas de conflicto armado.
- Población indigena.
- Población desmovilizada.
- Personas de la tercera edad en protección de ancianatos o instituciones de asistencia social.
- Población rural migratoria., ROM (gitanos),con protección a testigos.

Tenga en cuenta que:

La NO cancelación del copago

NO es impedimento para acceder a los servicios.

"Trabajamos por su bienestar"

Figura 56. Folleto plan de autocuidado apendicitis y apendicetomía.
Fuente: Pasante

3.1.3.2 Coordinar actividades educativas para los usuarios. Día del niño – 27 de abril, se realizó una actividad junto a los pequeños usuarios que se encontraban en el área de Pediatría y Urgencias de la institución. Se realizó una charla educativa con entrega de volantes sobre "Detección del abuso sexual infantil" y un compartir con los niños. La charla se llevó a cabo con la Psicóloga y Coordinadora del SIAU de la institución, Lina Yaneth Ibarra.

Figura 57. Día del niño área pediatría.
Fuente. Pasante.

Figura 58. Día del niño área Urgencia.
Fuente. Pasante.

24 de mayo. Educación a los usuarios o pacientes que estaban próximos a ser dados de alta con la enfermera jefe en turno. Se hacía entrega de folletos al paciente con la información necesaria para sus cuidados en casa.

.

Figura 59. Educación a usuarios en el área médico quirúrgica hombres – MQH
Fuente. Pasante.

Figura 60. Entrega de folletos en la recepción área médico quirúrgica hombres – MQH.
Fuente. Pasante.

4 de junio. Educación a las pacientes que están empezando su etapa de maternidad. Se hacía entrega de folletos a las usuarias con la información necesaria para sus cuidados.

Figura 61. Educación a usuarias en el área de maternidad.
Fuente. Pasante.

Figura 62. Entrega de folletos a usuarias en el área de maternidad.
Fuente. Pasante.

3.1.3.3 Elaborar y divulgar una cartilla informativa sobre la importancia y beneficios de la Oficina del SIAU (Sistema de Información y Atención al Usuario) para los usuarios.

Para la elaboración de la cartilla informativa de la oficina de Servicio de Información y Atención al Usuario – SIAU fue necesario la eliminación del logo que se estaba utilizando para la identificación de la misma porque éste no era original de la ESE y no contaba con ninguno de los elementos o colores que identifican al Hospital.

Al eliminar el logo que estaba utilizando la oficina del SIAU, ésta quedó sin algún tipo de identificador, acto que llevó a diseñar uno que fuera original y se iguale con la identidad corporativa de la ESE.

Cabe aclarar que para la cartilla no fue utilizado el nuevo logo de la institución porque para ese momento estaba en proceso de aprobación.

- Cartilla informativa de la oficina del Servicio de Información y Atención al Usuario.

1

Cartilla informativa SIAU

Índice

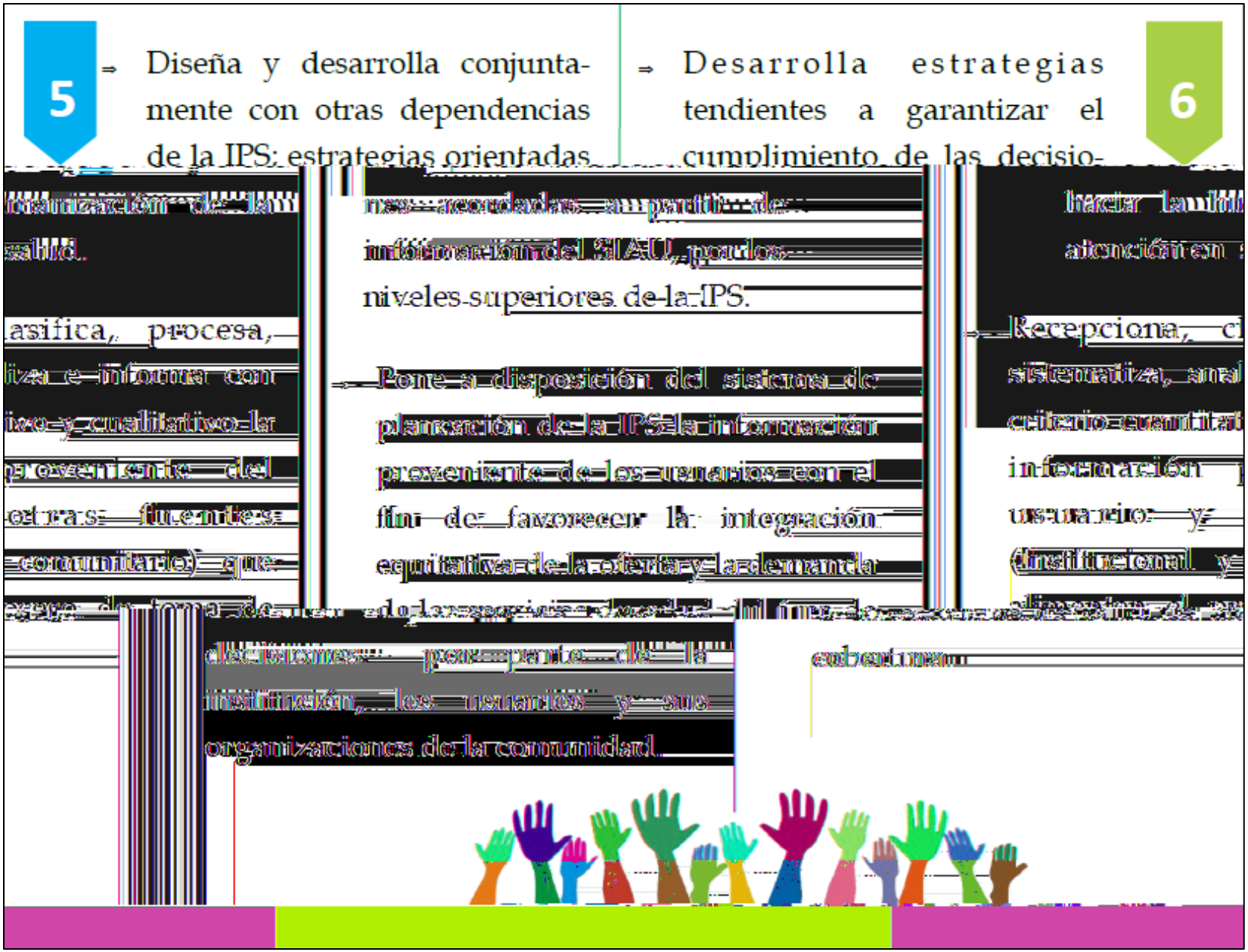
2. ¿Qué es el Servicio de Información y Atención al Usuario - SIAU?
3. ¿Cuáles son sus objetivos?
4. ¿Qué hace el SIAU?
8. Clasificación de las peticiones de los usuarios.
9. Análisis de la información por niveles.
10. Plan de trabajo técnico para la implementación del SIAU.
11. Determinación de intervenciones y autoridades competentes para la resolución de peticiones.
12. Horario de atención de la oficina del SIAU.

¿Qué es el servicio de información y atención al usuario – SIAU?

2

Es el sistema que tiene como punto de partida la información que proporcionan los usuarios en las peticiones (demandas, quejas, reclamos o sugerencias) que sobre la prestación del servicio se formulan a las instituciones de diverso nivel en el Sistema General de Seguridad Social en Salud.

3
¿Cuáles son sus
objetivos?
¿Qué hace el SIAU?
4


5
Diseña y desarrolla conjuntamente con otras dependencias de la IPS; estrategias orientadas
6
Desarrolla estrategias tendientes a garantizar el cumplimiento de las decisio-

7

- Propicia y concreta con grupos organizados de la comunidad actividades que favorezcan su participación activa en el mejoramiento de la calidad y la gestión concertada de las actividades en salud.
- Propone y participa en estudios e investigaciones sobre el mercado de salud, de acuerdo a criterios de segmentación, de diferenciación de servicios, de costos, u otros que faciliten la toma de decisiones en respuesta a las necesidades de la demanda.

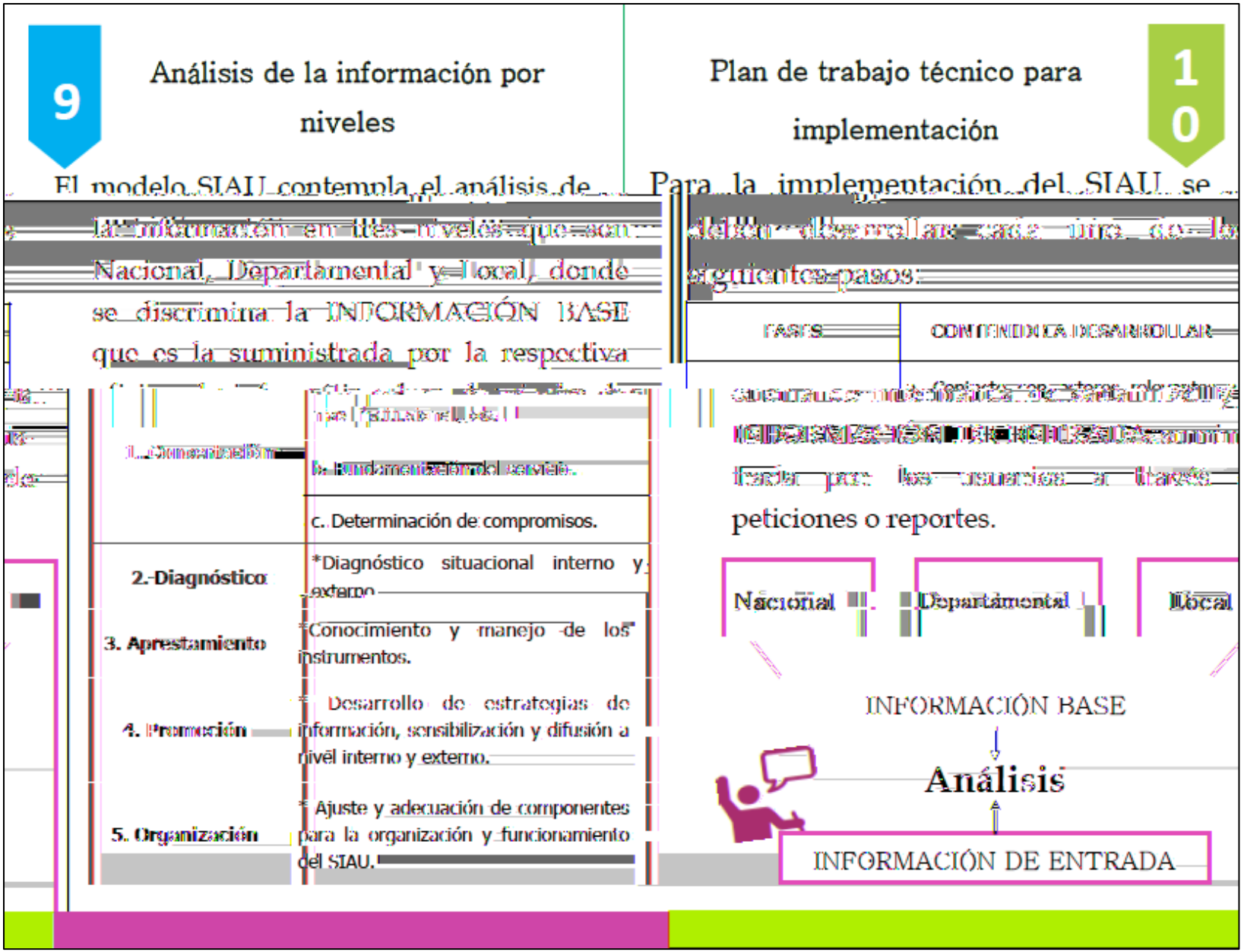
Clasificación de las peticiones de los usuarios

8

Solicitud de información: Cuando el consultante requiere orientación e instrucción que facilite su acceso a la atención en salud, de acuerdo con el régimen y plan correspondiente dentro del SGSSS.

Insatisfacción del usuario: Cuando a criterio del consultante, la atención a que [illegible] no están las expectativas esperadas.

Intermediación: Corresponde a las solicitudes de los usuarios que superan el marco de los beneficios contemplados en el régimen al cual están afiliados y al plan a que tiene derecho, pero su alcance condiciona el acceso a la atención en salud.


9
Análisis de la información por niveles
El modelo SIAU contempla el análisis de la información en tres niveles que son Nacional, Departamental y local, donde se discrimina la INFORMACIÓN BASE que es la suministrada por la respectiva
1. Conocimiento
b. Fundamentación del servicio.
c. Determinación de compromisos.
2. Diagnóstico
*Diagnóstico situacional interno y externo
3. Aprestamiento
*Conocimiento y manejo de los instrumentos.
4. Promoción
* Desarrollo de estrategias de información, sensibilización y difusión a nivel interno y externo.
5. Organización
* Ajuste y adecuación de componentes para la organización y funcionamiento del SIAU.
10
Plan de trabajo técnico para implementación
Para la implementación del SIAU se deben desarrollar cada uno de los siguientes pasos:
PASOS
CONTENIDO A DESARROLLAR
peticiones o reportes.
Nacional
Departamental
Local
INFORMACIÓN BASE
Análisis
INFORMACIÓN DE ENTRADA

1

2.

Determinación de Intervenciones y autoridades competentes para la resolución de peticiones

CLASE DE PETICIÓN	ENTIDAD TERRITORIAL DE SALUD	NIVEL NACIONAL	ORGANISMOS DE CONTROL
Insatisfacción del Usuario	Dirección Departamental de Salud.	Superintendencia Nacional de Salud.	Tribunal Nacional de Ética Medica.
Intermediación	Servicio de Atención a la Comunidad de la Entidad Territorial, departamental o municipal.	Ministerio de Salud, Consejo Nacional de Seguridad Social.	Tribunal Nacional de Ética Odontológica.
	Servicio de		

1

Horario de atención:

Lunes a Jueves:
7:00 a.m. a 12:00 M.
2:00 p.m. a 6:00 p.m.

Viernes:
7:00 a.m. a 12:00 M.
2:00 p.m. a 5:00 p.m.

Teléfonos: 5654856 - 5650284
Ext.: 120

Lina Janeth Ibarra Carvajalino
Psicóloga - Especialista en Psicología Clínica y de la Salud
COORDINADORA DE SIAU
Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E.

Solicitud de información	Servicio de Atención a la Comunidad de la Entidad Territorial, departamental o municipal.	Tribunal Nacional de Ética Medica, Superintendencia Nacional de Salud, Jurisdicción Ordinaria, Personería Municipal

Hospital Regional José David Padilla Villafa
"Trabajamos por su bienestar"

Figura 63. Divulgación a usuarios y comunidad en general de la cartilla informativa SIAU.
Fuente. FanPage institucional.

3.1.3.4 Difusión de información constante, a través de medios de comunicación masivos.

Semanalmente se transmitió información a los usuarios a través de los diferentes medios que utiliza el Hospital. Se utilizaba el FanPage institucional para publicar información sobre temas de salud y fechas especiales como los días en conmemoración a las labores y actividades realizadas en la ESE.

Todos los viernes se contaba con un espacio en la emisora Buturama Stereo para comentarles a los usuarios y comunidad en general actividades relevantes del Hospital y temas de prevención y todo tipo de información que en cuanto a salud se tratara.

Figura 64. Espacio radial en la emisora Buturama Stereo.
Fuente. Pasante.

Figura 65. Transmitiendo información de la ESE a través de la emisora Buturama Stereo.
Fuente. Pasante.

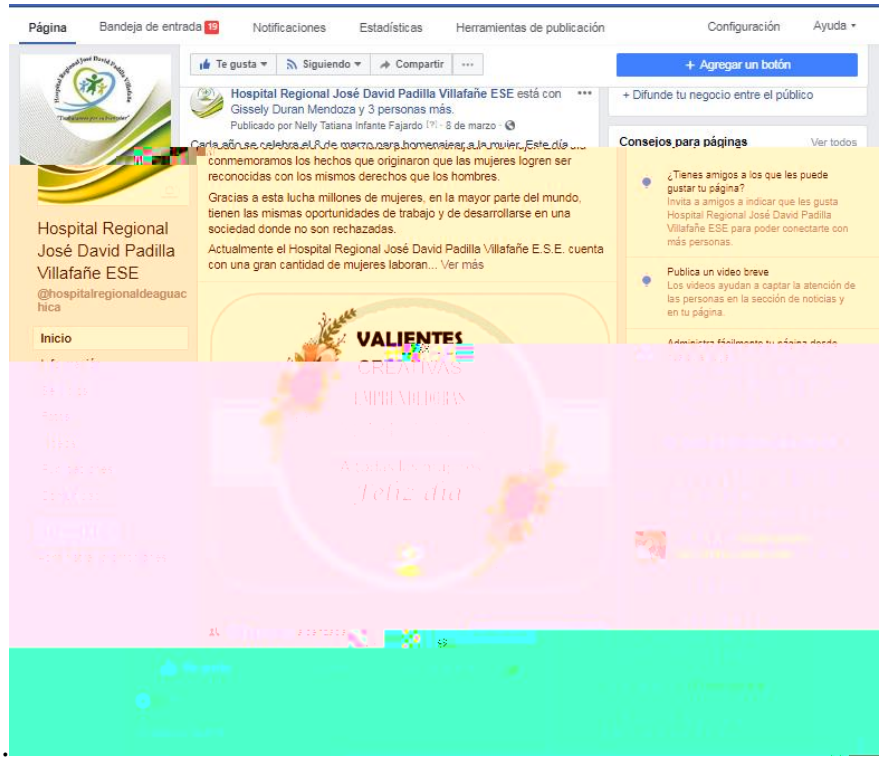


Figura 66. Publicación día de la mujer
Fuente. FanPage institucional.

Figura 67. Publicación volante de aviso de simulacro de evacuación en el HospitalRegional
Fuente. FanPage institucional.

Figura 68. Publicación video del simulacro de evacuación hecho en el Hospital Regional.
Fuente. FanPage institucional.

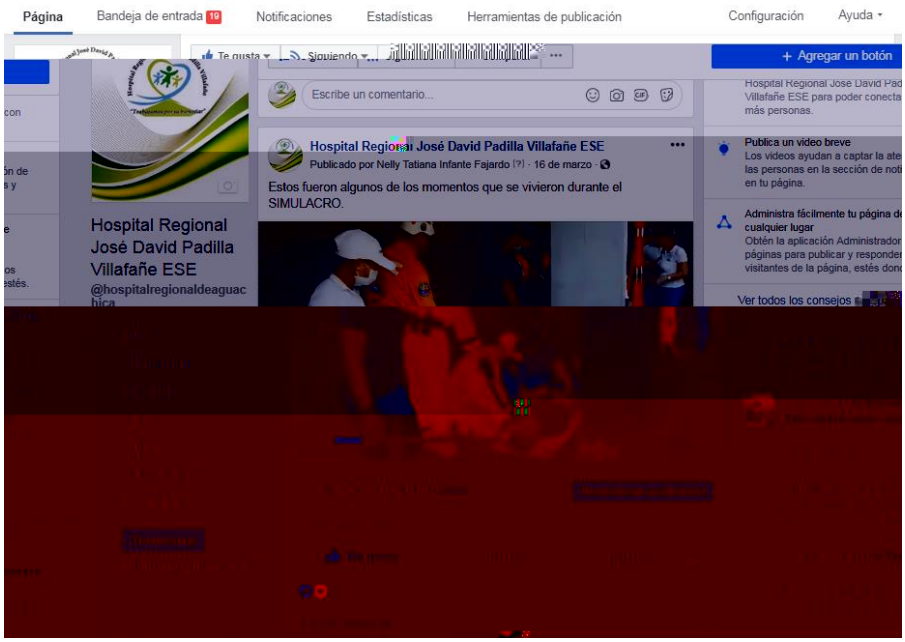


Figura 69. Publicación simulacro de evacuación en el Hospital Regional.
Fuente. FanPage institucional.

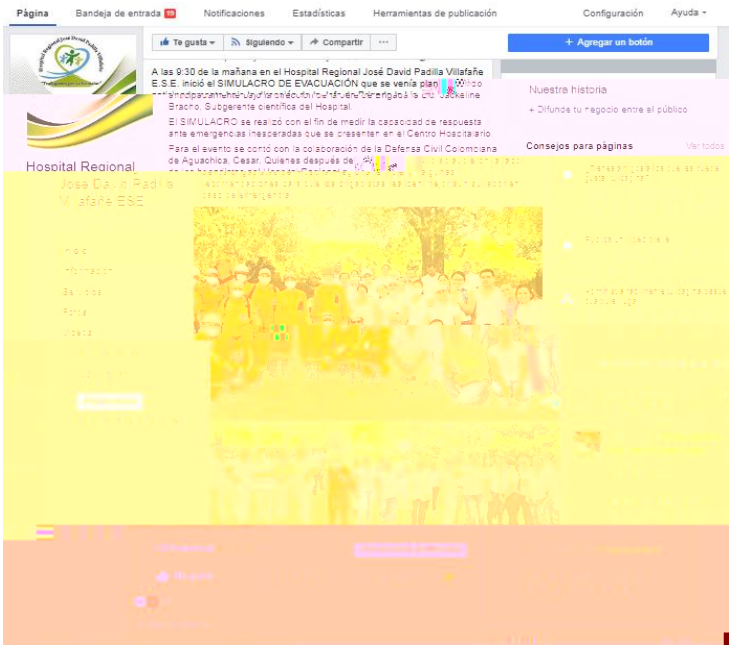


Figura 70. Publicación fotografías después del simulacro de evacuación hecho en el Hospital Regional.
Fuente. FanPage institucional.

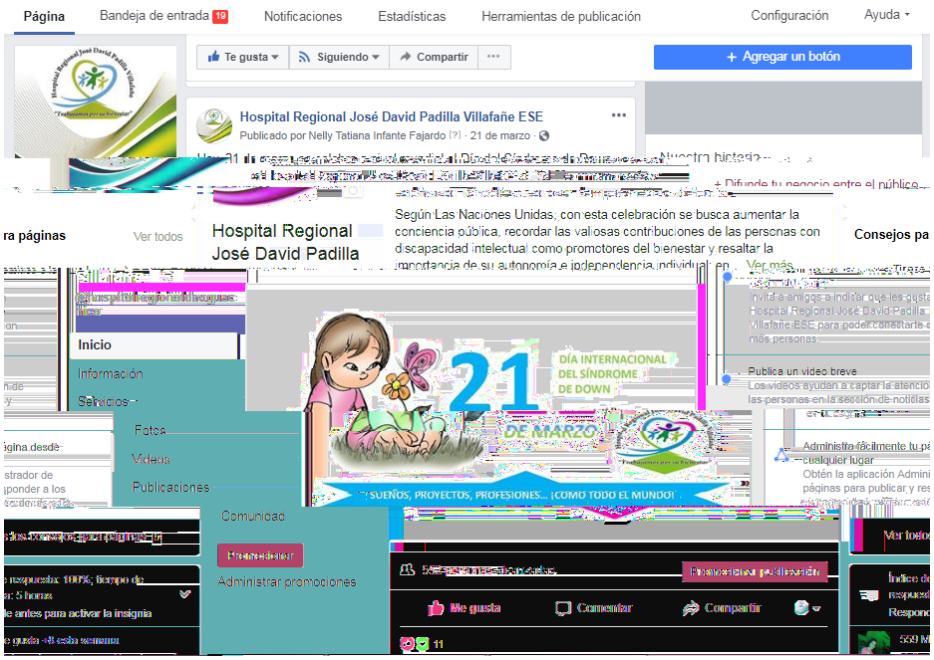


Figura 71. Publicación día del síndrome de Down.
Fuente. FanPage institucional..

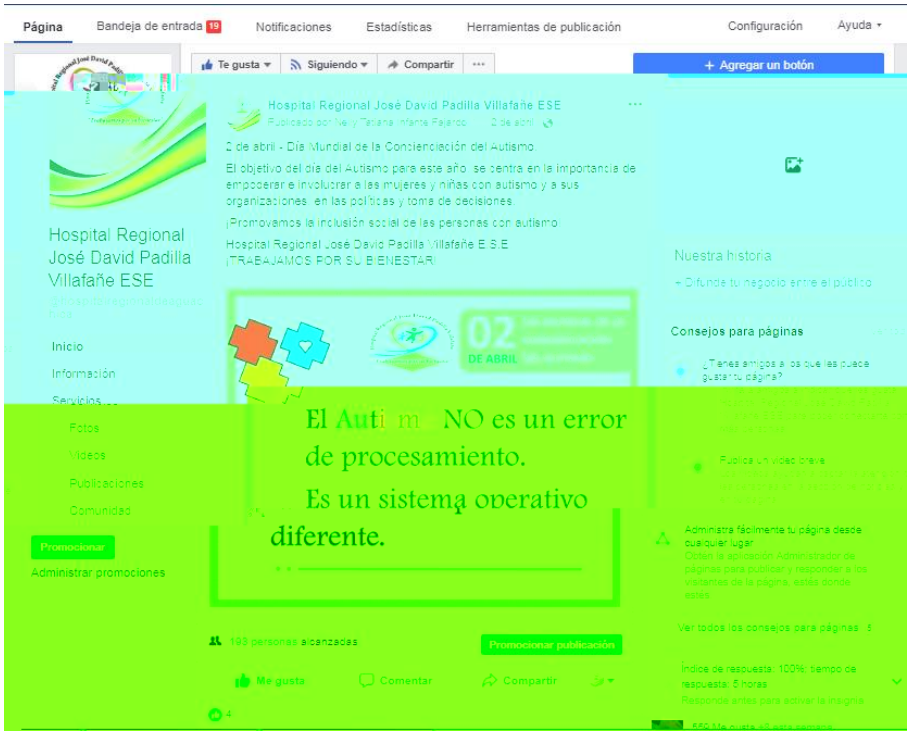


Figura 72. Publicación día nacional de la concienciación del autismo
Fuente. FanPage institucional.

Figura 73. Publicación día mundial de la salud.
Fuente. FanPage institucional.

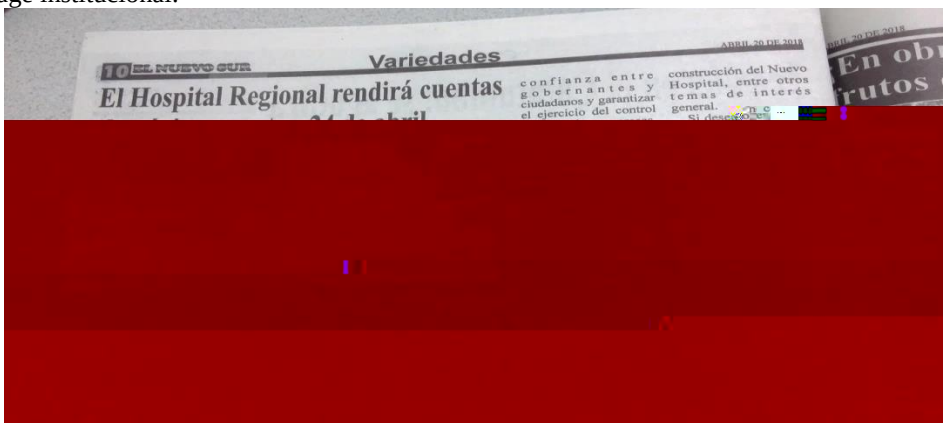


Figura 74. Invitación a usuarios y comunidad en general a a la rendición de cuentas del Hospital a través del periódico El Nuevo Sur de Aguachica.
Fuente. Pasante.

Figura 75. Publicación de la invitación a la rendición de cuentas en el FanPage institucional.
Fuente. FanPage institucional..

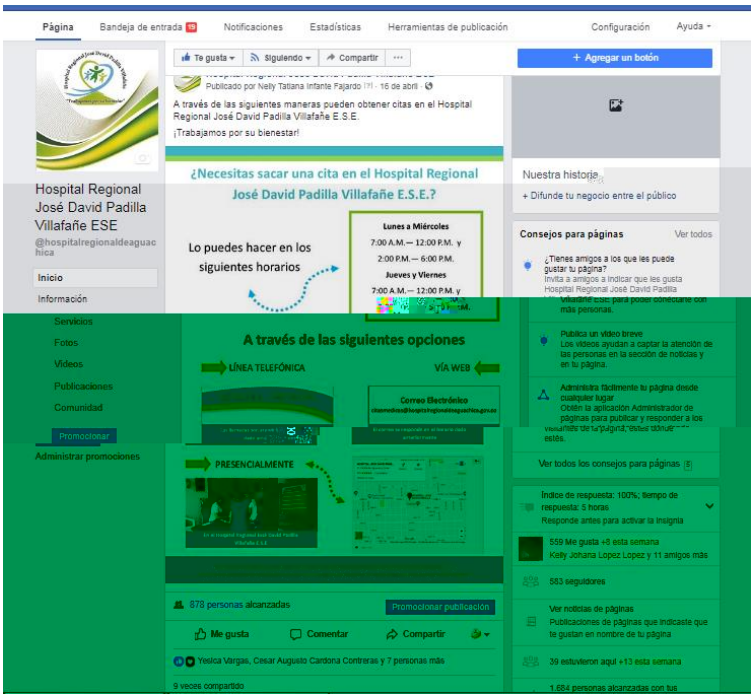


Figura 76. Publicación de los mecanismos adecuados para obtener una cita médica
Fuente. FanPage institucional.

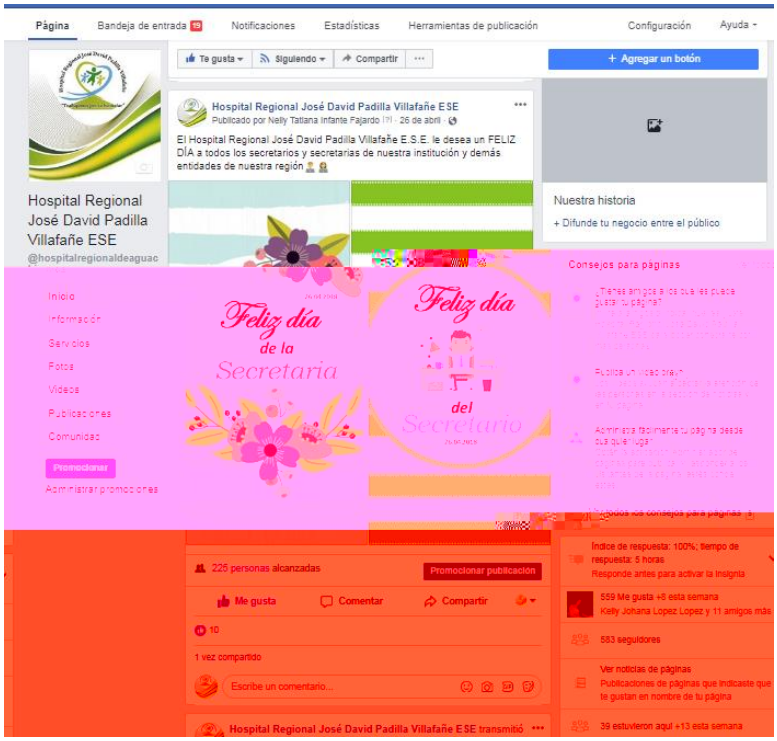


Figura 77. Publicación de felicitaciones por el día de la secretaria.
Fuente. FanPage institucional.

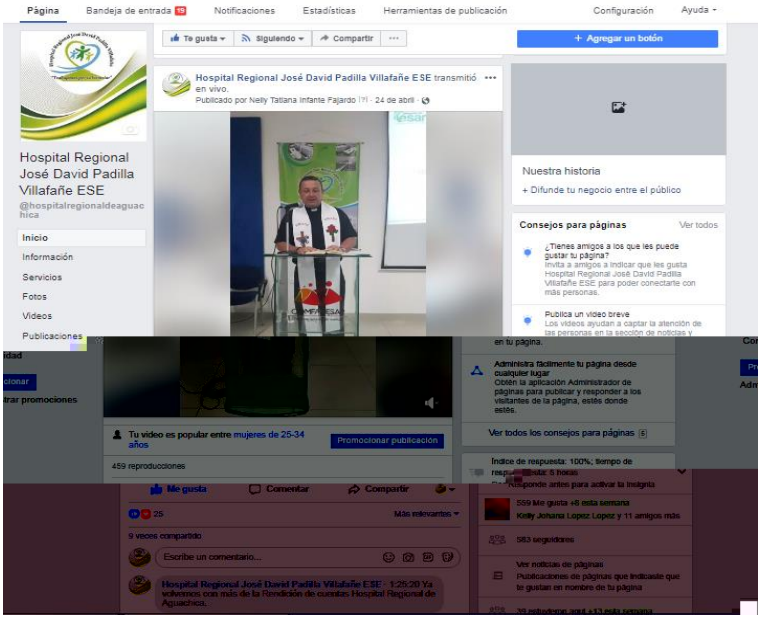


Figura 78. Publicación de video en vivo de la rendición de cuentas vigencia 2017 de la ESE.
Fuente. FanPage institucional.

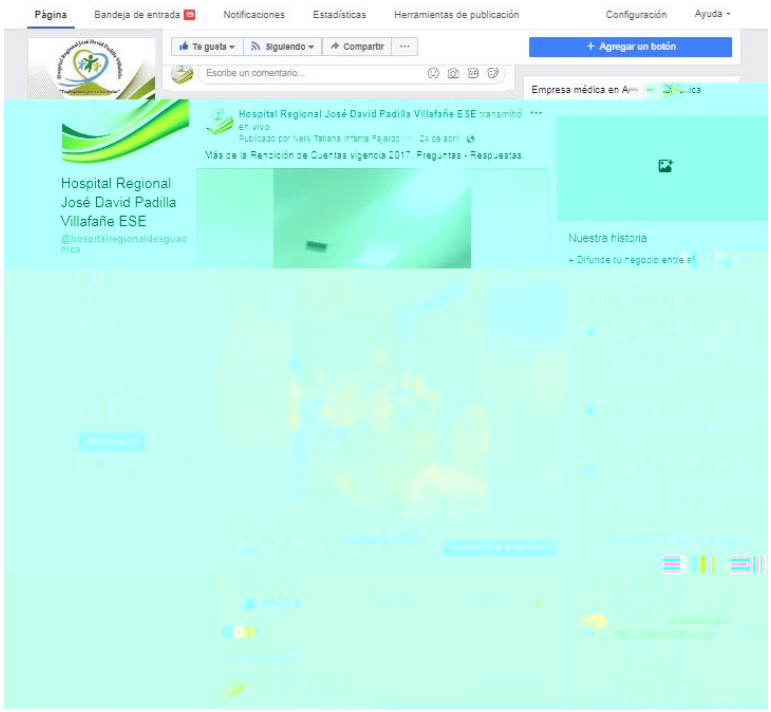


Figura 79. Publicación de video en vivo de la rendición de cuentas vigencia 2017, pregunta – respuestas.
Fuente. FanPage institucional.

Pasa/pág. 9

uachica

Gerente del Hospital Regional rindió cuentas a los usuarios

En el auditorio de Comfacesar, el gerente del Hospital Regional 'José David Padilla Villafañe', el doctor Fernando Jácome Granados, desarrolló la audiencia de rendición de cuentas de la vigencia 2017, a los usuarios y funcionarios que se dieron cita en ese recinto, el martes en horas de la mañana.

Fernando Jácome Granados - gerente Hospital Regional

Pasa/pág. 9

competir en el
de las Escuelas

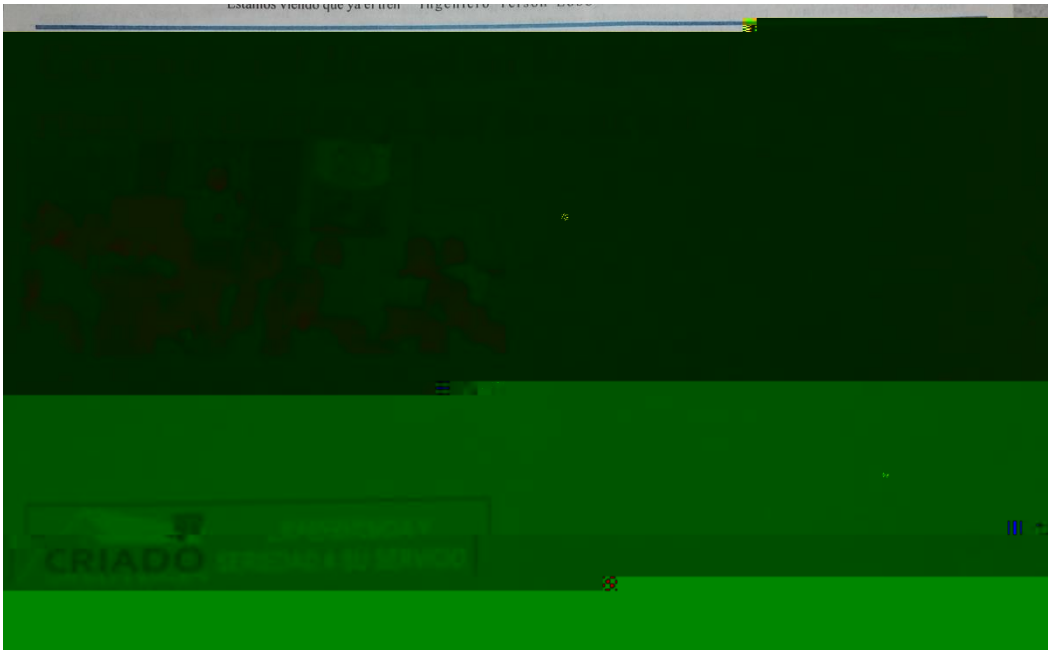


Figura 80. Publicación en el periódico El Nuevo Sur de los temas tratados en la rendición de cuentas.
Fuente. Pasante.

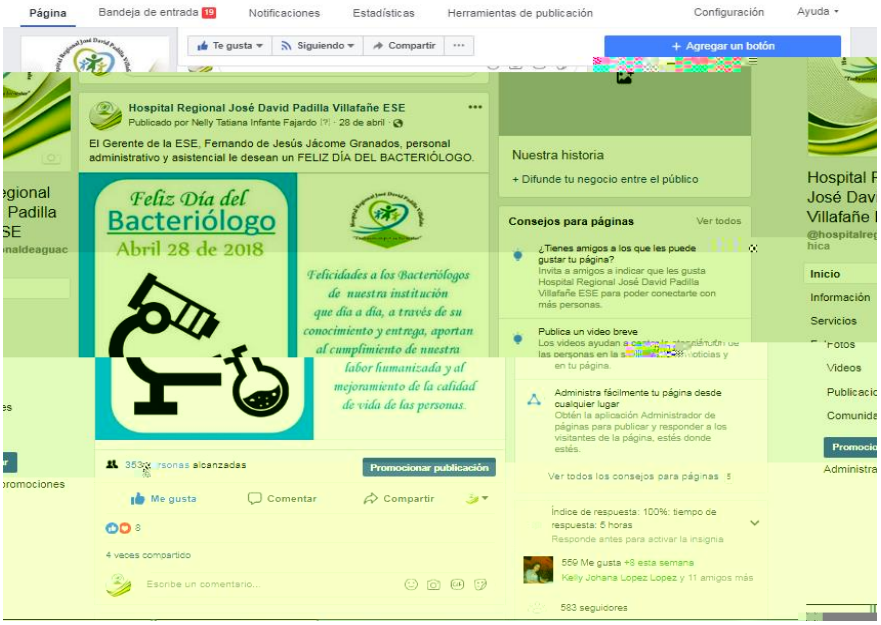


Figura 81. Publicación de felicitaciones por el día del bacteriólogo.
Fuente. FanPage institucional.

Figura 82. Publicación de actividad educativa a los niños.
Fuente. FanPage institucional.

Figura 83. Publicación de folleto en contra del abuso sexual infantil.
Fuente. FanPage institucional.

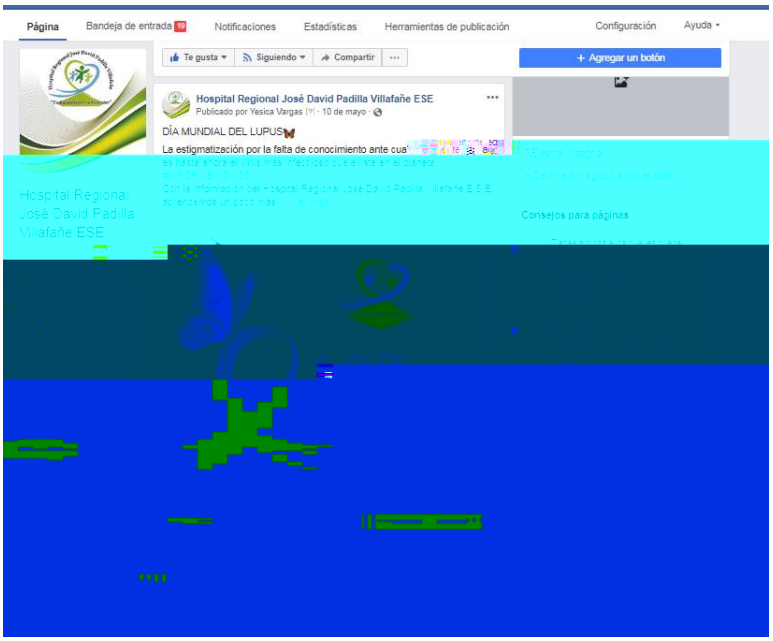


Figura 84. Publicación día mundial del Lupus.
Fuente. FanPage institucional.

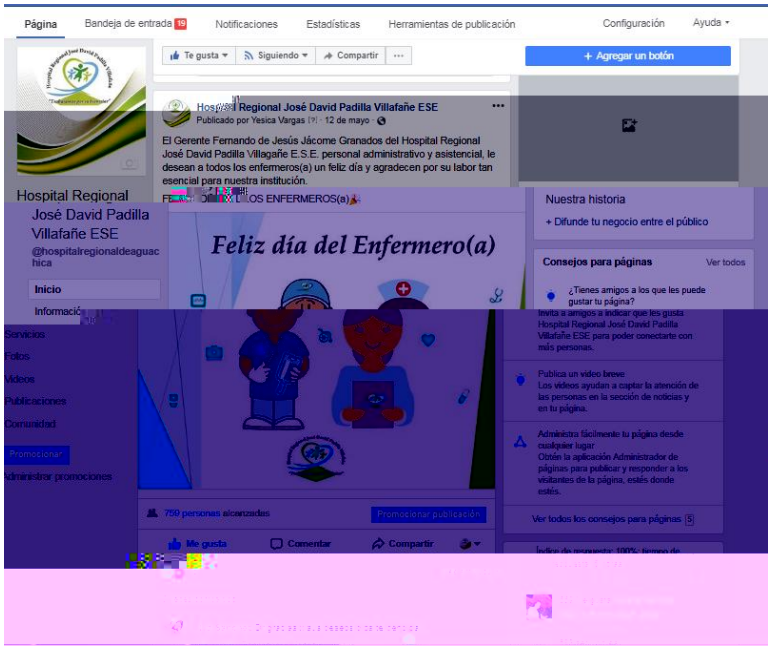


Figura 85. Publicación de felicitaciones por el día de los enfermeros.
Fuente. FanPage institucional.

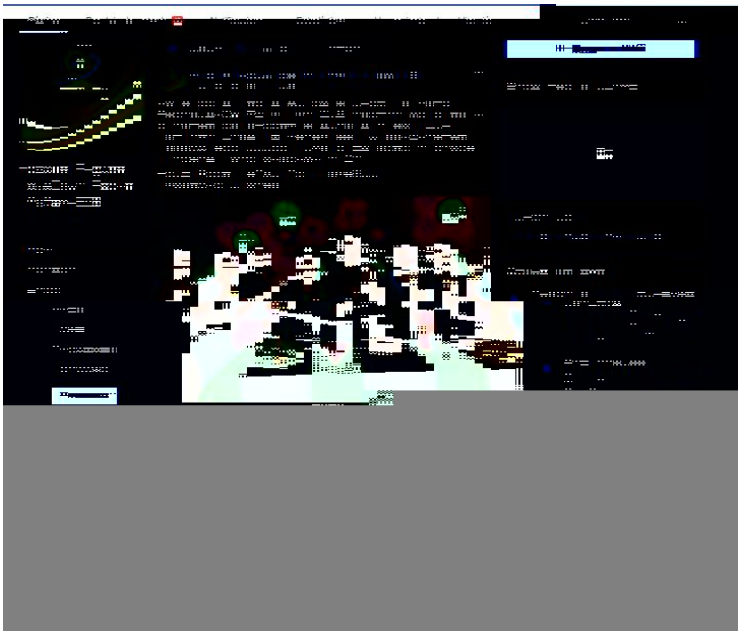


Figura 86. Publicación por reconocimiento a Jefes y auxiliares de enfermería.
Fuente. FanPage institucional.

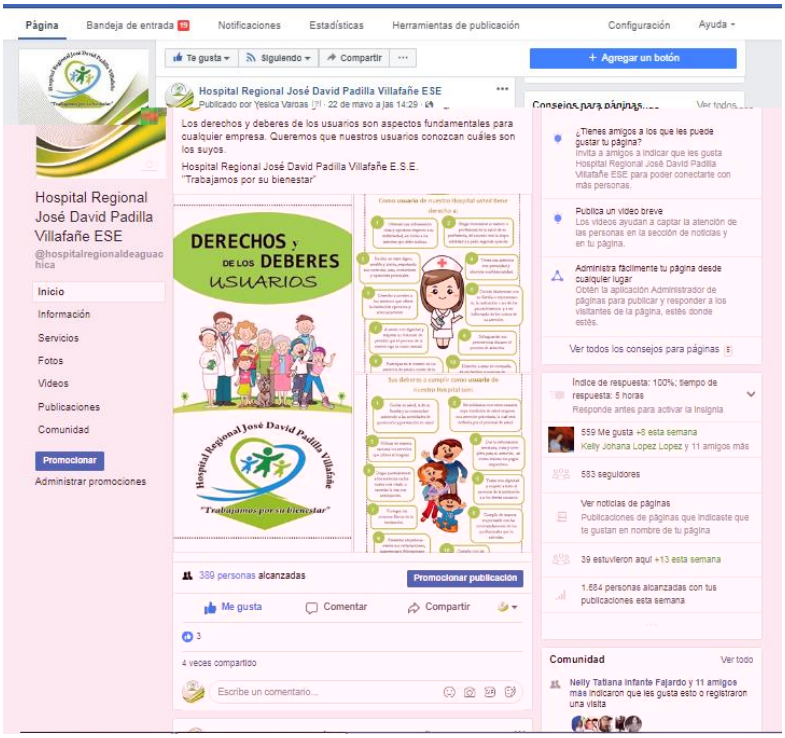


Figura 87. Publicación folleto derechos y deberes de los usuarios.
Fuente. FanPage institucional.

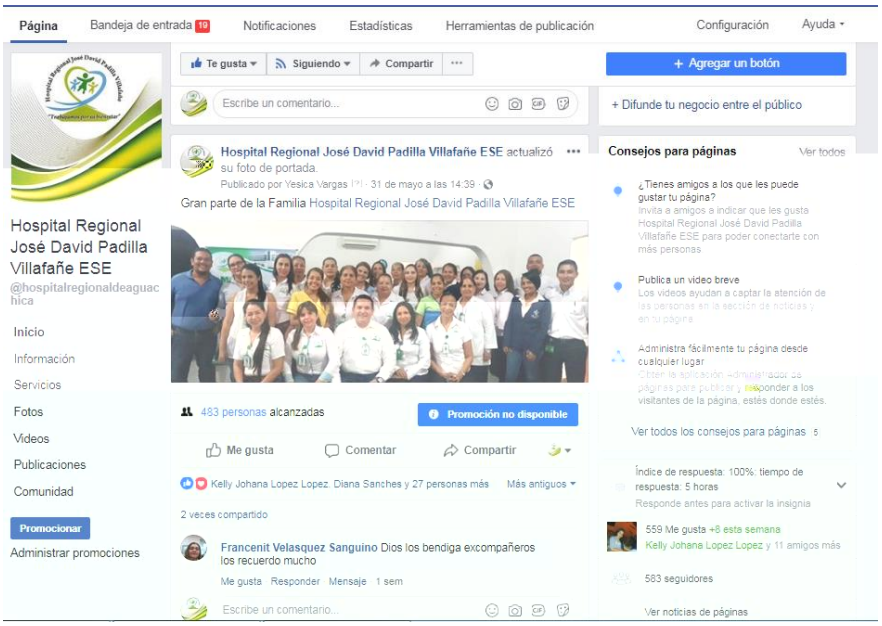


Figura 88. Publicación actualización de foto de portada en el FanPage.
Fuente. FanPage institucional.

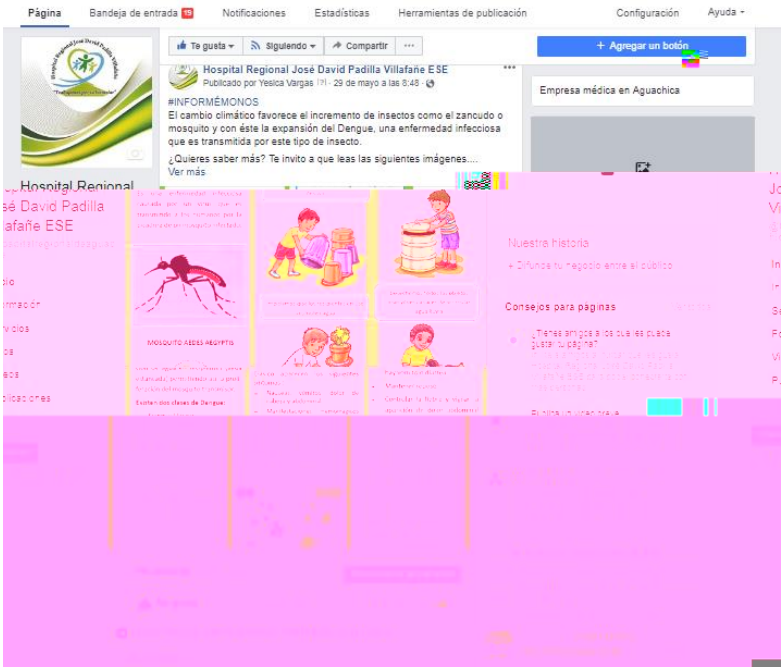


Figura 89. Publicación folleto sobre prevención del dengue.
Fuente. FanPage institucional.

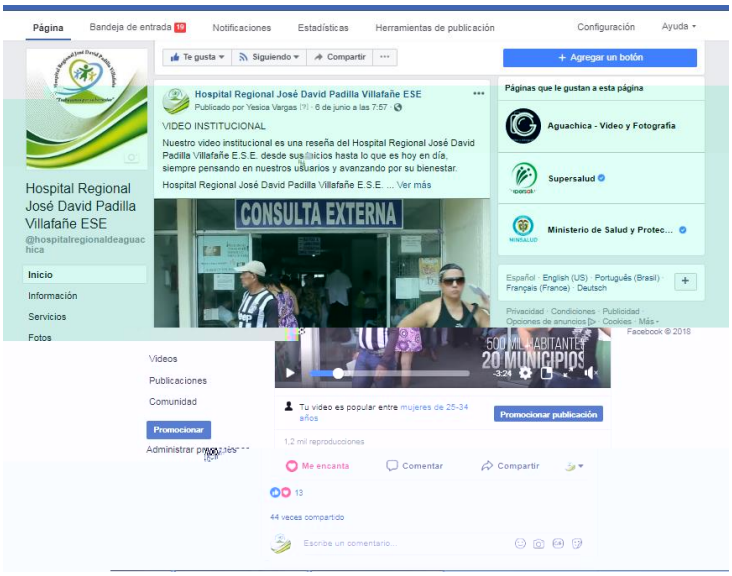


Figura 90. Publicación video institucional.
Fuente. FanPage institucional.

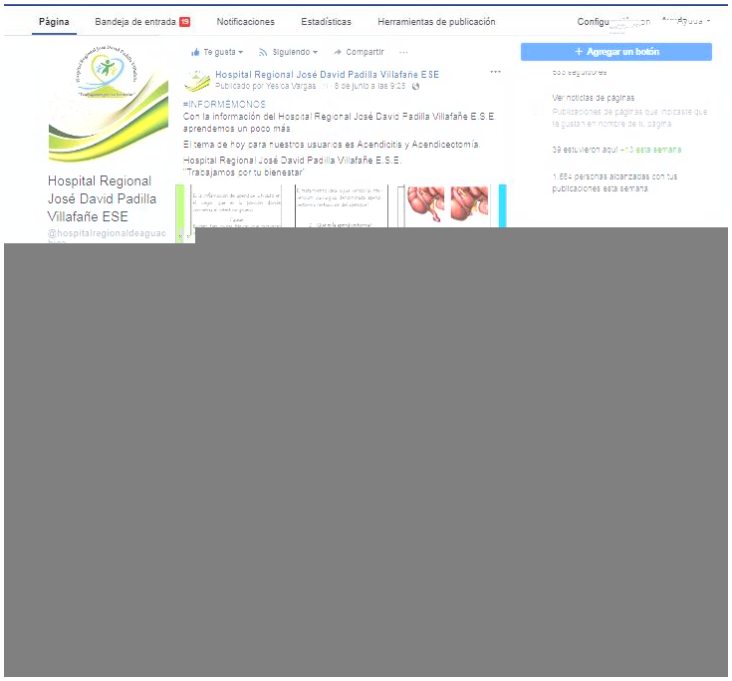


Figura 91. Publicación folleto sobre apendicitis y apendicetomía.
Fuente. FanPage institucional.

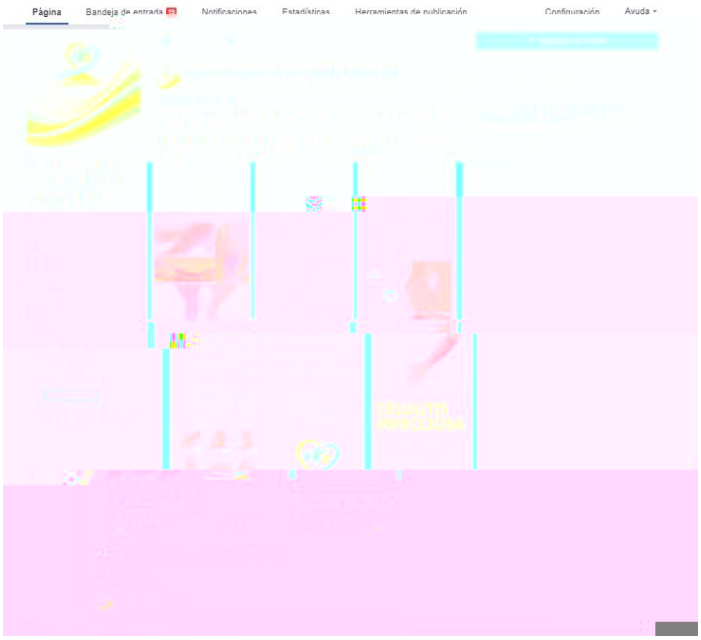


Figura 92. Publicación folleto de prevención de Celulitis infecciosa.
Fuente. FanPage institucional.

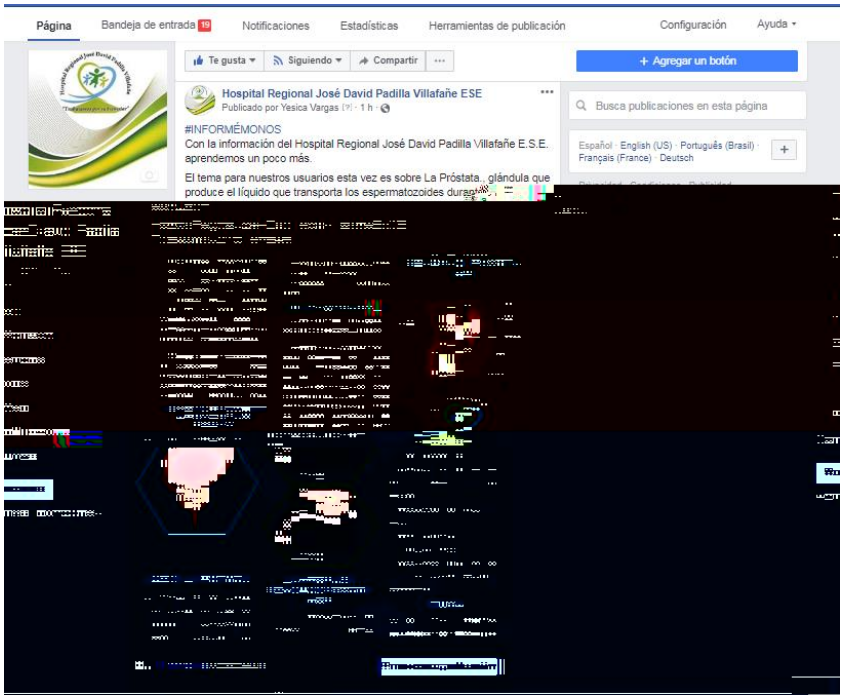


Figura 93. Publicación folleto de Hiperplasia benigna de próstata.
Fuente. FanPage institucional.

Capítulo 4. Diagnóstico final

En el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE se planteó la realización de diferentes estrategias comunicativas para fortalecer la comunicación interna y externa, ya que se reflejaba la necesidad en la mejora de las mismas.

Al ser aceptada la propuesta, se empezó a trabajar bajo un cronograma de actividades que lideraban las estrategias que fueron ejecutadas en el transcurso de la pasantía; para empezar, se realizaron dos tipos de encuestas, una para los empleados sobre clima, cultura y canales de comunicación interna y otra para los usuarios sobre posicionamiento y canales de comunicación externa. Las encuestas fueron aplicadas con el fin de evaluar el estado en que se encontraban la identidad, imagen y canales de comunicación de la ESE y dar por confirmado la necesidad de realizar actividades de fortalecimiento de la comunicación tanto interna como externa.

Para cumplir con los objetivos fue necesario trazar metas semanales. Metas que fueron:

La realización de una matriz DOFA de la observación del sitio de trabajo y de las encuestas realizadas a usuarios y empleados, en este análisis se plantearon diversas estrategias comunicativas que podría desarrollar la entidad a futuro.

La elaboración de un modelo de encuesta sobre clima y cultura organizacional para aplicar cada 6 meses y así, comparar si hay mejora o no, con respecto a los resultados arrojados en la primera encuesta realizada.

La elaboración de un manual de identidad e imagen visual corporativa y piezas graficas donde se destacaran el logo y cada uno de sus elementos importantes, como, su significado, sus colores, las normas de uso y utilización, entre otros. Todo esto en aras de innovar y darle identidad a la imagen institucional, ya que, la ESE no contaba con este tipo de instrumentos necesarios para el correcto uso de su imagen.

Se elaboró y se divulgó a través del FanPage de la institución una cartilla informativa digital que contenía la importancia y beneficios de la Oficina del SIAU. Dentro de las estrategias realizadas se hizo un énfasis significativo en la oficina del Servicio de Información y Atención al Usuario - SIAU, ya que ésta, es la oficina que está ligada directamente a los usuarios y mantiene contacto directo con ellos.

Además, se elaboraron semanalmente piezas gráficas como volantes, folletos y tarjetas, diseñadas para felicitar a los trabajadores en su día, conmemorar los días de la salud e informar a los usuarios. Herramientas comunicativas que sirvieron para complementar el resto de actividades que se realizaron en la ESE.

Constantemente se transmitía información a través de medios de comunicación masivos, como la radio, donde todos los viernes se tenía un tiempo disponible en la emisora Buturama Stereo de Aguachica. Espacio que se utilizaba para hablar de temas educativos en cuanto a salud y/o actividades que la ESE realizaba, como también, el FanPage del Hospital donde semanalmente se hacían 3 o más publicaciones sobre días de las salud, fechas en conmemoración

Capítulo 5. Conclusiones

En el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE era notable la deficiencia que se estaba presentando en la comunicación tanto interna como externa, por tal razón, se aplicaron las encuestas para empleados y usuarios, acciones que dieron por confirmado las falencias existentes.

En la introducción de este documento se expuso cuál era el objetivo de la realización de la pasantía en el Hospital Regional, las actividades ejecutadas en la misma, como también, la importancia que tiene la comunicación dentro de los procesos que se realizaron.

La comunicación fue la herramienta indispensable para el éxito de la pasantía, dando por confirmado lo citado por Walton (Año) al principio del presente trabajo, donde hace referencia en que debemos recordar que la base para alcanzar el éxito en los negocios, en la vida social y familiar se requiere de la comunicación en todos sus tipos.

Para llevar a cabo lo propuesto, se puso en práctica el conocimiento adquirido durante el proceso de formación en pregrado, como también, se aprendieron muchas cosas a lo largo de la realización de la pasantía, complementándose una con la otra para lograr el objetivo en beneficio del fortalecimiento de la comunicación interna y externa del Hospital.

A medida que se iban realizando actividades como la observación de campo, el análisis de los símbolos de la ESE y demás actividades o eventos que habían que cubrirse, se fueron percibiendo muchas cosas que antes no se habían considerado dentro de la propuesta realizada para la institución, por lo tanto, como se ha mencionado en el presente trabajo, hubo la necesidad de realizar actividades complementarias para lograr cumplir con los objetivos propuestos, como fueron, el rediseño del logo institucional para la realización del manual de identidad e imagen corporativa, el diseño del nuevo identificador de la oficina del Servicio de información y

atención al usuario para la realización de la cartilla informativa de dicha oficina, la elaboración del video institucional para la rendición de cuentas vigencia 2017 del Hospital, entre otras actividades a disposición de la institución.

Las estrategias ejecutadas contribuyeron de manera significativa para identificar y ejecutar las actividades correspondientes a las necesidades que se estaban presentando dentro de la institución en cuanto a la deficiencia que había en la comunicación tanto interna como externa.

En el caso de este proyecto algunas de las actividades como la aplicación de la encuesta del clima y cultura organizacional, la implementación del manual de identidad e imagen visual corporativa y las actividades educativas a los pacientes que se encuentran hospitalizados, se seguirán desarrollando para avanzar y mejorar los procesos comunicativos y de identidad del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

Capítulo 6. Recomendaciones

En el Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE debería implementar una oficina de comunicación o el cargo de comunicador social, con el fin de seguir fortaleciendo la identidad, imagen y canales de comunicación utilizados por el Hospital.

Aplicar la encuesta de clima y cultura organizacional cada 6 meses, desarrollar estrategias de mejora según el análisis que arroja las encuestas y comparar las encuesta con la hecha anteriormente para identificar si hay mejoría o no.

Dar a conocer a través de diferentes estrategias de comunicación el nuevo logo y manual institucional a todos los empleados de la ESE y población en general.

Respetar y adoptar los lineamientos específicos que el Manual de Identidad e Imagen Corporativa establece.

Fortalecer los canales de comunicación internos y externos que son utilizados en la ESE.

Adoptar las guías para los contenidos que serán publicados en las redes sociales utilizados por el Hospital, la guía para los diseños de volantes, tarjetas y demás, como también, el guión que deberá ser utilizado para radio.

Referencias

Alba, T. (2012). *Diseño crativo ¿Que es un manual de identidad corporativa?* Obtenido de https://xn--diseocreativo-lkb.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/

Anonimo. (2001). *Marco Teorico, La Comunicacion.* Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf

Anonimo. (2010). *Marco Teorico.* Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/quintanilla_b_l/capitulo1.pdf

Congreso de Colombia. (1990). *Ley 10 de 1990.* Obtenido de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3421

Congreso de Colombia. (1993). *Ley 100 de 1993.* Obtenido de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5248#0

Del Pozo, J. (2017). *Que es la imagen corporativa.* Obtenido de https://www.somoswaka.com/blog/2017/03/que-es-la-imagen

Emprende pyme. (2010). *Que es la identidad Corporativa.* Obtenido de https://www.emprendepyme.net/que-es-la-identidad-corporativa.html

Gutierrez Fierro, M. (2016). *La cultura organizacional, variable importante para obtener ventaja competitiva.* Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/10669/1/GutierrezFierroMelissa2013.pdf

Hospital Regional de Aguachica. (2018). *Mision.* Obtenido de - http://www.hospitalregionaldeaguachica.gov.co/index.php/nuestro-hospital/plataforma-estrategica/mision.

Hospital Regional de Aguachica. (2018). *Objetivos de la empresa.* Obtenido de http://www.hospitalregionaldeaguachica.gov.co/index.php/nuestro-hospital/plataforma-estrategica/objetivos-estrategicos.

Hospital Regional de Aguachica. (2018). *Vision.* Obtenido de - http://www.hospitalregionaldeaguachica.gov.co/index.php/nuestro-hospital/plataforma-estrategica/vision.

Informe Comunicación interna y Responsabilidad. (2016). *Responsbilidad empresarial.* Obtenido de http://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/comunicacion-interna-rse.pdf

Mut Camacho, M., & Breva Franch, E. (2016). *De la identidad Corporativa a la identidad Visual Corporativa un camino necesario.* Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/79609/forum_2003_39.pdf

Perez Gomez. (2013). *Funciones juntas directivas empreas sociales del Estado E.S.E.* . Obtenido de concepto%20funciones%20de%20la%20junta%20directiva%20de%20una%20ESE.pdf

Soto, B. (2016). *Que es el clima organizacional.* Obtenido de https://www.gestion.org/que-es-el-clima-organizacional/

Apéndice

Apéndice A. Modelo de encuesta de clima y cultura y canales de comunicación a empleados.

	REPUBLICA DE COLOMBIA HOSPITAL REGIONAL JOSE DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO NIT: 892.300.445-8	Código: GHU-DGH-Pr-03 Versión: 02 Fecha: 26-03-2018
	GESTIÓN HUMANA	Página 1 de 1

ENCUESTA A EMPLEADOS SOBRE CLIMA, CULTURA Y CANALES DE COMUNICACIÓN DEL HOSPITAL REGIONAL JOSE DAVID PADILLA VILLAFAÑE ESE

El propósito del cuestionario es conocer y evaluar el clima y la cultura organizacional del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

Señale con una X su respuesta. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial.

Cuestionario	**SI**	**NO**	**Regular**
¿Tiene clara la misión, visión, los objetivos y valores de la ESE?			
¿Sabe qué representan los colores y el logo del Hospital Regional?			
¿Es buena la relación con sus superiores?			
¿Es buena la relación con sus compañeros de trabajo?			
¿Su opinión es importante dentro de un proceso de toma de decisiones?			
¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo?			
¿Recibe algún reconocimiento por su buen desempeño y compromiso con su empresa?			
¿Ha tenido posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional en la ESE?			
¿La empresa realiza actividades deportivas, fiestas, paseos u otras actividades?			
Las instalaciones o espacios donde se realizan reuniones, charlas, capacitaciones, etc. ¿son aceptables?			

- ¿Cómo considera que está actualmente la comunicación interna en la ESE?

Buena___ Mala___ Regular___

- ¿La comunicación entre usted y sus superiores es efectiva?

Si___ No___ Regular___

- ¿Cuál de los medios de comunicación considera más útil y eficaz para recibir información de cualquier tipo?

Intranet___ Línea telefónica___ Carteleras informativas ___ Boletín de prensa___ Circulares___ Folletos___ Revistas___ Plegables___ Correo institucional___ Otro_____

Elaborado: YESICA YUBERLY VARGAS BLANCO.

Pasante de Comunicación Social.

Aprobó: DIANA MARCELA BECERRA ORTIZ.

Jefe de Oficina de Gestión Humana.

Trabajamos por su bienestar

Apéndice B. Modelo de encuesta para usuarios sobre posicionamiento y canales de comunicación.

	REPUBLICA DE COLOMBIA HOSPITAL REGIONAL JOSE DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO NIT: 892.300.445-8	Código: GHU-DGH-Pr-03 Versión: 02 Fecha: 26-03-2018
	GESTIÓN HUMANA	Página 1 de 1

ENCUESTA USUARIOS

Objetivo: Conocer el posicionamiento de la imagen y evaluar la efectividad de los canales de comunicación del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

- ¿Cree usted que el Hospital tiene un alto posicionamiento y reconocimiento en el Sur del Cesar?

Si____ No___ Regular____

- ¿Reconoce el logo del Hospital Regional en cualquier lugar?

Si____ No___ Regular____

- ¿Sabe los servicios que le ofrece el Hospital para la atención al usuario?

Si____ No____ Regular____

- ¿Sabía que el Hospital cuenta con el SIAU (Servicio de Información y Atención al Usuario)?

Si____ No____

- ¿Conoce usted las funciones de la Oficina del SIAU?

Si____ No___ Regular____

- ¿Tiene conocimiento sobre los canales de comunicación que utiliza el Hospital?

Si____ No____ Regular____

- ¿Lee o escucha por los medios de comunicación local y/o redes sociales de la ESE, información, noticias o actividades que realiza el Hospital Regional?

Si____ No____ Regular____

- ¿Le gustaría conocer más sobre las actividades que realiza el Hospital?

Si____ No____

- ¿Los canales de comunicación manejados por el Hospital son efectivos? (teléfono, correo electrónico, página web)

Si____ No____ Regular____

Gracias por su colaboración.

Elaborado: YESICA YUBERLY VARGAS BLANCO.

Pasante de Comunicación Social.

Aprobó: DIANA MARCELA BECERRA ORTIZ.

Jefe de Oficina de Gestión Humana.

Apéndice C. Modelo de encuesta de clima y cultura organizacional.

	REPUBLICA DE COLOMBIA HOSPITAL REGIONAL JOSE DAVID PADILLA VILLAFAÑE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO NIT: 892.300.445-8	Código: GHU-DGH-Pr-03 Versión: 02 Fecha: 20-03-2018
	GESTIÓN HUMANA	Página 1 de 1

MODELO DE ENCUESTA SOBRE CLIMA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

El propósito del cuestionario es conocer y evaluar el clima y la cultura organizacional del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE.

Señale con una X su respuesta.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial.

Cuestionario	**SI**	**NO**	**Regular**
¿Tiene clara la misión, visión, los objetivos y valores de la ESE?			
¿Sabe qué representan los colores y el logo del Hospital Regional?			
¿Es buena la relación con sus superiores?			
¿Es buena la relación con sus compañeros de trabajo?			
¿Su opinión es importante dentro de un proceso de toma de decisiones?			
¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo?			
¿Recibe algún reconocimiento por su buen desempeño y compromiso con su empresa?			
¿Ha tenido posibilidades de crecimiento y desarrollo profesional en la ESE?			
¿La empresa realiza actividades deportivas, fiestas, paseos u otras actividades?			
Las instalaciones o espacios donde se realizan reuniones, charlas, capacitaciones, etc. ¿son aceptables?			

Elaborado: YESICA YUBERLY VARGAS BLANCO.

Pasante de Comunicación Social.

Aplicación de la encuesta: CADA 6 MESES.

Con el propósito de evaluar el desempeño y evolución de la empresa, en cuanto a clima y cultura corporativa.

Aprobó: DIANA MARCELA BECERRA ORTIZ.

Jefe de Oficina de Gestión Humana.

Apéndice C. Adaptación del Logo Institucional e imagen corporativa del hospital regional José David Padilla Villafañe E.S.E

INSTITUCIONAL Y EL MANUAL DE

IDENTIDAD E IMAGEN CORPORATIVA DEL HOSPITAL REGIONAL JOSÉ DAVID

El suscrito Gerente del Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E, en uso de sus facultades y atribuciones legales, y en especial las conferidas en el artículo 31 Numeral 31, del Acuerdo 017 del 2014.

CONSIDERANDO

Que el numeral 23, artículo 31 del Acuerdo 017 de 2014, emanado de la Junta directiva del Hospital Regional José David padilla Villafañe E.S.E., establece como una de las funciones del Gerente la de "Expedir los actos administrativos, órdenes y directrices necesarios para el funcionamiento de la Empresa Social del Estado".

Que el Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. es una entidad prestadora de salud de segundo nivel, ubicada estratégicamente en el municipio de Aguachica, Cesar, para prestar un servicio de calidad a toda la región del sur del Cesar y municipios del departamento del Bolívar; logrando así contar con gran reconocimiento en la región.

Que la E.S.E. en aras de mejorar su posicionamiento institucional en el departamento del Cesar y Sur del Bolívar, optó por rediseñar el logotipo de la empresa con el fin de facilitar el uso y unificar criterios de la imagen visual – gráfica y corporativa de la entidad.

Que de acuerdo a lo anterior se debe adoptar un Manual de Identidad e Imagen Corporativa en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. que sirva como instrumento fundamental en la utilización de los elementos gráficos que constituyen nuestra imagen y establezca las pautas de construcción, aplicación y usos adecuados e indebidos del

mismo, con el fin de darle valor significativo y reflejar la filosofía de nuestra empresa interna y externamente.

Que la imagen del Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. es una pieza importante de comunicación, que brinda confianza, seguridad y nos proyecta como la empresa socialmente responsable y organizada que somos.

Que el nuevo Logotipo y Manual de Identidad e Imagen Visual Corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. fue socializado y aprobado por el Comité de Gerencia, contando con el visto bueno para la adopción e implementación del mismo.

Que de acuerdo a lo anterior se debe aplicar el Manual de Identidad e Imagen Visual Corporativa; en la adopción de las directrices establecidas.

Por las razones anteriores, el Gerente del Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. Fernando de Jesús Jácome Granados,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Adóptese en el Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E., el nuevo logotipo institucional aprobado por el Comité de Gerencia; para darlo a conocer al personal de la institución, usuarios y el resto de la población colombiana.

ARTÍCULO SEGUNDO: Adóptese el Manual de Identidad e Imagen Corporativa del Hospital Regional José David Padilla Villafañe E.S.E. como instrumento fundamental en la utilización de los elementos gráficos que constituyen nuestra imagen y que establece las pautas de construcción, aplicación y usos adecuados e indebidos del mismo, con el fin de darle valor significativo y reflejar la filosofía de nuestra empresa interna y externamente.

ARTÍCULO TERCERO: Adóptese la modulación y el área de reserva o protección del logotipo institucional para establecer su correcta proporción sobre cualquier soporte y medidas. (Ver índ. Nº 2 Construcción y Aplicación – Modulación, área de Protección del Manual de Identidad e Imagen Corporativa, pág. 7).

ARTÍCULO CUARTO: Adóptese el tamaño mínimo del logotipo para asegurar su legibilidad. (Ver índ. Nº 2 Construcción y Aplicación – Tamaño Mínimo de Reproducción del Manual de Identidad e Imagen Corporativa, pág. 8).

ARTÍCULO QUINTO: Adóptese los colores del logotipo institucional (Ver índ. Nº 3 colores institucionales del Manual de Identidad e Imagen Corporativa, pág. 9).

- El color Chartreuse es utilizado por tener una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad; y representa armonía, crecimiento y frescura.
- El color cian es muy utilizado en las empresas que prestan servicios de salud porque inspira limpieza, confianza y tranquilidad.
- El color verde es un color relajante y refrescante que se relaciona con la salud y el medio ambiente.
- El color negro es utilizado para la tipografía porque refleja elegancia.

ARTÍCULO SEXTO: Adóptese las diferentes aplicaciones del logotipo institucional. (Ver índ. Nº 3 colores institucionales – aplicaciones cromáticas, pág. 10, 11 e índ. Nº 7 APLICACIONES, pág. 19,20 del Manual de Identidad e Imagen Corporativa).

ARTÍCULO SEPTIMO: Adóptese el tamaño, tipo de letra, margen e interlineados en la elaboración de los oficios, manuales y guías institucionales: (Ver índ. Nº 4 Tipografía, pág. 12,13 e índ. Nº 6 PAPELERÍA, pág. 16, 17, 18 del Manual de Identidad e Imagen Corporativa).

CAMBRIA (PARA TÍTULOS, EN MAYÚSCULA NEGRITA, CENTRADA, TAMAÑO 12), Arial (para texto, mayúscula prima letra de cada párrafo y después de punto (.), justificada, tamaño 11).

ARTÍCULO OCTAVO: Los funcionarios al servicio de esta institución guardaran objetivo cuidado en usar correctamente la imagen de la identidad corporativa. (Ver índ. Nº 5 usos no correctos del Manual de Identidad e Imagen Corporativa, pág. 14,15).

ARTÍCULO NOVENO: La presente resolución rige a partir de la fecha de su expedición.

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE:

Dada en Aguachica Cesar a los nueve (09) días del mes de julio del año dos mil dieciocho (2018).

FERNANDO DE JESÚS JÁCOME GRANADOS
GERENTE ESE

GUÍA PARA EL DISEÑO DE VOLANTES, TARJETAS Y FOLLETOS

Para el diseño de volantes, tarjetas y folletos se debe tener en cuenta la aplicación de la tipografía correcta, los colores institucionales y el logo de la ESE con sus respectivos usos, todo contemplado en el manual de identidad e imagen corporativa.

- **Tipografía:**
  - ✓ Cambria (para títulos, en mayúscula – negrita, centrada, tamaño 12).
  - ✓ Arial (para texto, mayúscula prima letra de cada párrafo y después de punto (.), justificada, tamaño 11).

- **Colores institucionales:**
  - ✓ Color Chartreuse: **C**: 40 / **M**: 0 / **Y**: 100 / **K**: 0 - **R**: 168 / **G**: 207 / **B**: 69
  - ✓ Color Cian: **C**: 100 / **M**: 0 / **Y**: 0 / **K**: 0 - **R**: 0 / **G**: 175 / **B**: 239
  - ✓ Color Verde: **C**: 100 / **M**: 0 / **Y**: 100 / **K**: 0 - **R**: 0 / **G**: 168 / **B**: 89
  - ✓ Color Negro: **C**: 0 / **M**: 0 / **Y**: 0 / **K**: 100 - **R**: 55 / **G**: 52 / **B**: 53

Nota importante: En las fotografías se debe hacer uso del símbolo institucional en color blanco, tal como fue establecido en el manual de identidad e imagen corporativa.

GUÍA PARA SUBIR CONTENIDO A FACEBOOK

Se publicarán volantes, folletos, fotografías o toda información importante con el logo institucional y en los días establecidos.

- Lunes: información importante para los usuarios respecto a citas médicas, sus derechos, deberes, servicios, etc.

- Miércoles: información para usuarios y comunidad en general con respecto a prevención de enfermedades a través volantes o folletos.

- Viernes: información sobre actividades que se harán la próxima semana.

Nota 1: Se debe tener en cuenta los días de la salud que son conmemorados nacional e internacionalmente y publicar información sobre la misma. Se hará la respectiva publicación con una tarjeta o volante el día que éste sea conmemorado.

Nota 2: Toda publicación debe tener un título y como mínimo dos párrafos informativos que contextualicen a la audiencia sobre lo que será publicado.

GUIÓN PARA EMISORA

El comunicador(a) social del Hospital Regional José David Padilla Villafañe ESE, deberá asistir todos los viernes a la emisora Buturama Stereo de Aguachica, Cesar, para difundir información sobre temas de prevención de enfermedades, temas relacionados con la salud y bienestar del usuario, y actividades que serán realizadas por la ESE.

El tiempo establecido en la emisora Buturama Stereo es de cinco minutos (5') en el horario del noticiero cada viernes de 6:30 a 7:55 am. Horario al que se debe asistir y esperar el respectivo turno.

Para los temas de prevención, salud y bienestar del usuario, es necesaria la intervención de los empleados capacitados respecto al tema a tratar, a quienes se les hará una breve entrevista respecto al tema. La cual, será grabada para transmitirla en la emisora.

Para la trasmisión de información sobre las actividades que serán realizadas, estas deben hacerse con una semana mínima de anticipación; la persona encargada, en este caso el comunicador (a) social, tiene la libertad de difundirla a su manera.

Guión técnico para entrevista

Duración de la entrevista: 5'

Tema: (Deberá ser escogido por el comunicador (a) social).

Conductor(a): Comunicador(a) social

Entrevistado(a): (Empleado capacitado respecto al tema a tratar)

Nº	Personaje	Observaciones	Tiempo
1	Conductor(a)	Muy buenos días a todos los presentes, a la comunidad de Aguachica y en especial a los usuarios del Hospital Regional José David Padilla Villafañe. En esta ocasión tenemos a, NOMBRE DEL ENTREVISTADO(A) Y CARGO, quién será el encargado(a) de explicar el tema de hoy que es, NOMBRE DEL TEMA. Buenos días NOMBRE DEL ENTREVISTADO, cuéntenos todo lo que necesitemos saber sobre NOMBRE DEL TEMA.	40”
2	Entrevistado(a)	(Saludo al conductor y a los oyentes. Especificar de lo que se va a hablar del tema correspondiente). Ejemplo; Buenos días NOMBRE DEL CONDUCTOR(A), a todos nuestros usuarios y la comunidad en general, hoy les hablaré sobre un virus que se presenta muy seguido y en especial en tiempos de lluvia, el dengue. Les diré qué es, cuáles son sus causas, consecuencias y cómo prevenirlo.	25”
3	Conductor(a)	(Empezar con las preguntas sobre el tema) Ejemplo; Medico Carlos Duarte, empecemos a contextualizar a los oyentes sobre el tema. Por favor coméntenos ¿qué es el dengue?	10”
4	Entrevistado(a)	(Respuesta. Cada respuesta será mínimo de 40 segundos)	40”
5	Conductor(a)	(Seguirá haciendo las respectivas preguntas hasta concluir el tema)	5”
6	Entrevistado(a)	(Seguirá respondiendo las preguntas hasta concluir el tema. El entrevistado deberá concluirlo en el minuto cuatro con 30 segundos - 4’30”)	40”
7	Conductor(a)	(El conductor concluirá, dará las gracias por el espacio y a los oyentes y por último nombrará a la institución y su eslogan). Ejemplo; Muchas gracias al médico Carlos Duarte	30”