

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

ÉNFASIS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**EL IMPACTO DE LAS PLATAFORMAS VIRTUALES EN LOS PROCESOS DE
COMUNICACIÓN**

PRESENTADO POR:

ANA MARÍA ARTUNDUAGA ROMERO

BOGOTÁ D.C.

NOVIEMBRE DE 2014

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL TUTOR

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

*A mis padres que lo han dado todo por
mí y se esforzaron para que esto se hiciera realidad..*

*A Sandy, mi hermana, por su paciencia y,
sobre todo, por su ejemplo.*

A Luisa, mi amiga, por leerme y apoyarme .

*Y a ti, abue, porque sé que desde arriba estás
tan orgullosa como yo, esto es para ti...*

... por enseñarme a creer.

Agradecimientos

Este proceso no habría sido exitoso sin la guía siempre acertada de la profesora Evelyn Otálora, quien además de aceptar ser mi tutora de grado se convirtió en mi amiga y en la conversación siempre agradable de cada martes. Gracias por la paciencia, por el ejemplo y sobre todo por la lección que me dio para la vida.

A la Facultad de Comunicación Social para la Paz y especialmente a los docentes de mi querido Énfasis de Comunicación Organizacional por ayudarme a encontrar mi camino y demostrarme que mi decisión profesional fue la acertada.

A Wendy Rivera y Gloria Pedraza de Cafam por su generosidad con el conocimiento y por el inmenso cariño que me demostraron, gracias por dejarme hacer parte de tan magnífico equipo de trabajo.

A todos quienes me leyeron y aguantaron las quejas, y aun así nunca perdieron la fe en mí... Este trabajo tiene un pedacito de ustedes.

Tabla de Contenido

Introducción	6
<i>Capítulo I. El impacto de las plataformas virtuales en los procesos de comunicación</i>	7
Contextualización	8
<i>Capítulo II. Diseñar la Investigación</i>	10
Problematización	11
Justificación.....	12
Objetivo General	13
Objetivos Específicos.....	13
Marco Referencial	14
<i>Capítulo III. Comunicar las lecciones</i>	20
Recolección de Información.....	21
Metodología de investigación.....	21
Variables de investigación.....	22
Herramientas de investigación	22
Ficha Técnica.....	23
Cronograma de aplicación	24
Sistematización de la Experiencia	25
Interpretación y Análisis.....	29
Conclusiones.....	40
Proposiciones.....	41
Propuesta de mejora.....	43
<i>Capítulo IV. Conclusiones Generales</i>	50
<i>Anexos</i>	54
Bibliografía.....	60

Introducción

La investigación propuesta es el resultado de la práctica profesional realizada en la Coordinación de Comunicaciones de la Subdirección de Salud de Cafam. Por tratarse de una práctica profesional, se enmarca inmediatamente en un contexto académico desde el cual se pretende impactar una realidad particular, con el fin de permitir a la estudiante-practicante hacerse partícipe de la organización en la que se está preparando para el mundo laboral, aportando sus conocimientos y nuevas ideas en el cambio, mejora o reestructuración de una situación específica con la cual tiene cercanía.

Por otra parte, brinda la oportunidad de aportar al campo científico en el que se está preparando para recibir su título profesional, en este caso el de la Comunicación Organizacional, pues a través de la intervención puede ofrecer ideas concretas y verídicas sobre una situación real que impacta a la sociedad.

En este caso específico, y teniendo en cuenta que se está tratando el tema de la salud, la sistematización es entendida como la necesidad de intervenir una realidad para encontrar falencias o puntos de mejora en lo que a comunicación se refiere, por lo que resulta necesario tener acceso a toda la información que pueda aportar algo al desarrollo del trabajo, a la investigación previa y dar luces sobre lo que se puede proponer como estrategia de mejora.

Capítulo I

*El impacto de las plataformas virtuales en los procesos
de comunicación*

Contextualización

La Subdirección de Salud de Cafam está conformada por más de 2000 personas entre personal asistencial, médicos, enfermeras, personal administrativo, línea de servicio y demás colaboradores. Por tratarse de la unidad más grande de la corporación, hubo la necesidad de crear un departamento de comunicaciones que se dedicara a atender únicamente las necesidades de ésta. Así, la Coordinación de Comunicaciones es la encargada de manejar todo lo que se refiere a la comunicación interna y externa de la unidad, haciendo hincapié en lo que se ha denominado “estrategia de servicio”, la mayor directriz de la subdirección y bajo la cual deben trabajar todos los colaboradores, con la finalidad de ofrecer servicios de calidad a todos los afiliados.

En ese sentido, el practicante de la Coordinación de Comunicaciones es el encargado de gestionar todo aquello que tiene que ver con comunicación interna, desde señalización de los Centros Médicos, pasando por la elaboración de campañas en pro de mantener hábitos saludables en el área de trabajo, hasta llegar al boletín informativo virtual del que debe hacer pre-producción, producción y postproducción. El boletín informativo digital se llama INFOSALUD, y es el hijo del practicante.

INFOSALUD nació en el 2007 por la necesidad de mantener informados, de una forma rápida y sencilla, a todos los colaboradores de la Subdirección (que hoy sobrepasan los 2000) teniendo en cuenta que se encuentran ubicados en los 12 centros médicos de la IPS y la sede administrativa. Por esta razón, la medida que resultó más efectiva fue la de diseñar un boletín virtual, de una sola hoja, con 4 o 5 notas pequeñas sobre temáticas relacionadas con la

subdirección, y enviarlo a todos los colaboradores a través de un *mailing* a los correos corporativos y personales.

A pesar de que lleva 7 años como medio oficial de la Subdirección, INFOSALUD no ha tenido una medición concreta acerca de su impacto, lecturabilidad y usabilidad para los colaboradores, más allá del mensaje “recibido” que llega por defecto cuando se envía a través de la plataforma Outlook.

Es por esto que la presente sistematización se enfoca en cómo INFOSALUD es un referente dentro de la Subdirección, pues ya se ha ganado un espacio de recordación entre las personas pertenecientes a la misma; en cuál es el uso que los trabajadores le dan a la información allí consignada, pero sobre todo en cómo es la comunicación a través de plataformas virtuales para públicos heterogéneos, interesados en un sector tan coyuntural como es la salud en Colombia.

Capítulo II

Diseñar la investigación

Problematización

Sistematización de experiencias del proceso comunicativo desarrollado con el Boletín Informativo de la Subdirección de Salud INFOSALUD, para descubrir cuál es el impacto de las plataformas virtuales en los procesos de comunicación con públicos heterogéneos interesados en una misma temática.

Justificación

Este trabajo de investigación resulta importante porque está anidado a un tema actual y vigente como lo es la comunicación digital o a través de plataformas virtuales, porque permitirá a las directivas de la Subdirección de Salud de Cafam encontrar ventajas o acciones de mejora para un medio que ya está posicionado entre sus colaboradores. Además, aportará a la organización la medición del medio que, aunque reconocido, nunca ha sabido con exactitud cuáles son los niveles de lecturabilidad, usabilidad conocimiento y, sobre todo, interés de parte de los colaboradores.

También es importante para la practicante porque le ayudará a mejorar sus conocimientos en la temática trabajada y a crecer profesionalmente, dándole la oportunidad de compartir una experiencia que está relacionada con sus gustos personales, por lo que el trabajo será desarrollado desde una perspectiva académica, respaldada por una personal.

Objetivo General

Analizar, mediante la sistematización de experiencias, cuál es el tratamiento que se le da a la información en la Subdirección de Salud de Cafam a través del boletín virtual informativo INFOSALUD, para determinar cuál es el impacto de las plataformas virtuales en los procesos de comunicación con públicos heterogéneos interesados en una misma temática.

Objetivos Específicos

- 1.** Diseñar y aplicar herramientas de investigación que permitan, desde lo cualitativo y lo cuantitativo, definir el impacto de la información recibida a través de las plataformas virtuales en la Subdirección de Salud.

Marco Referencial

La presente investigación se inscribe en una rama del conocimiento que cualquier persona interesada en la comunicación debería abordar: La Comunicación Organizacional. Antes de iniciar con el fuerte de este trabajo investigativo, que es la comunicación a través de plataformas digitales, es importante revisar a qué se refiere la comunicación organizacional.

Entendida como el proceso “por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella” (KREPS: 1995), la comunicación organizacional, según Kreps, “ayuda a los miembros a lograr las metas individuales y de organización” (KREPS: 1995), permitiéndoles asumir roles importantes dentro de la misma con el fin de ayudarla a crecer.

Por otro lado, para Joan Costa (1995) la comunicación organizacional o corporativa “será el vehículo y soporte de la calidad del servicio (porque el servicio es comunicación y relación) y ambos (comunicación y servicio) el vector de la imagen corporativa”. De esta manera, se convierte en la forma de gestión de los mecanismos de comunicación que aportan al sentido de pertenencia corporativo.

Cees Van Riel, por su parte, propone que la comunicación corporativa "incluye a la comunicación de marketing, la comunicación organizativa y la comunicación de dirección" (1997). Esta última es la que se lleva a cabo entre la dirección y los públicos objetivo interno y externo, y es en la que se centrará esta investigación.

La comunicación interna es una rama fundamental de la comunicación organizacional, pues es desde allí donde se forma la cultura organizacional, dándole un sentido y una imagen a

la empresa. Según José Álvarez, “es la base sobre la que pivotan todas las demás comunicaciones. O lo que es lo mismo, el éxito empresarial” (ÁLVAREZ: 2007). Una empresa u organización con una comunicación interna favorable, es una empresa que se muestra al exterior fortalecida, con un ambiente propicio para trabajar y con intereses basados en las metas personales de sus colaboradores.

Pero, a pesar de tratarse de comunicación hacia adentro, está dirigida a un cliente interno que requiere atención y mensajes acordes a sus expectativas, por lo que la elección de los medios es fundamental para lograr los objetivos establecidos en comunicación.

Existen muchos medios de comunicación interna, diseñados en distintos soportes, materiales y enfocados hacia distintas intenciones de comunicación e información. Los más usados y reconocidos son las carteleras internas, las circulares, los buzones de sugerencias, las reuniones, el correo electrónico corporativo, la intranet y las publicaciones institucionales. Pese a la multiplicidad de medios que se van creando día a día, la mayoría de ellos son más de información que de comunicación, pues no dan cabida a una retroalimentación, replica o comentario de parte del colaborador que recibe el mensaje, pues por cuestiones de formato o tiempo no hay espacio para respuestas inmediatas, a menos que se trate de una comunicación presencial como es la reunión¹.

Dada la intención de esta investigación, los medios elegidos como motivo de estudio son las publicaciones institucionales, el correo electrónico y la intranet, que son el soporte final del boletín informativo de Salud INFOSALUD.

¹ Texto de referencia: ELIAS, J. y MASCARAY, J. (2003). Más allá de la comunicación interna. La intracomunicación. Barcelona, Ed. Gestión 2000 S.A.

Con la llegada de las nuevas tecnologías, los medios tradicionales han migrado a plataformas digitales más versátiles en aspectos de diseño, temas, rapidez y difusión. Según Castells, la revolución tecnológica de los últimos tiempos “ha modificado las bases de la sociedad a un ritmo acelerado” (ALONSO: 2001, P. 1), pasando de la producción en serie a la producción flexible que permiten las nuevas plataformas digitales.

Zygmunt Bauman denomina este mismo fenómeno “Modernidad Líquida”, haciendo referencia a la facilidad de los individuos para adaptarse a los cambios y a las nuevas formas de relación humana. Como los fluidos se adaptan al recipiente que los contiene, los humanos se adaptan a las herramientas que día a día se crean para hacerle la vida más fácil.

Las nuevas tecnologías de información y comunicación, han permitido entonces la difusión más rápida de medios institucionales como *newsletter*, circulares o boletines.

Según Jhuliana Uzategui Camacho, reconocida bloguera en temas de comunicación, marketing y relaciones públicas, un boletín electrónico debe cumplir con 6 características para ser exitoso:

- “Es autorizado: es imprescindible pedir permiso a los clientes para poder obtener las direcciones de correo electrónico y así construir listas certificadas que aprueben las comunicaciones enviadas por la empresa.
- Tiene una frecuencia apropiada: No se debe saturar este medio con una gran cantidad de comunicaciones; ya que el destinatario de dichos mensajes puede sentirse bombardeado, causando el efecto contrario.
- Está muy segmentado: Con base a la información demográfica y a los estudios de hábitos de consumo, se pueden hacer segmentaciones en las listas de contactos con el

fin de que el contenido sea de mayor relevancia e interés para los públicos de la organización.

- Posee un título adecuado: Determina que un boletín sea leído o no. Para que sea efectivo; debe: plasmar la idea principal, tener una extensión menos a 50 caracteres, llamar la atención y enganchar a la persona que lo está leyendo.
- El remitente es real: La empresa que obtuvo la autorización para enviar el boletín debe ser la que esté como remitente en el email que se va a enviar.
- El contenido es acertado: La información debe ser lo suficientemente oportuna y pertinente como para generar valor agregado y diferenciación con respecto a la competencia” (UZCATEGUI: 2010).

De acuerdo con esto, hay unas variables que deberán resultar efectivas si se han tenido en cuenta los consejos presentados por Uzcategui, y que son primordiales para definir el impacto del boletín: Lecturabilidad, Usabilidad y Conocimiento.

Lectorabilidad entendida como “la facultad de los contenidos para ser comprendidos como mensaje, al margen de los medios utilizados para expresar las ideas” (AULA ÓPTIMA: (S.F)), y como los niveles de lectura del boletín por parte de las personas que lo reciben.

Desde otro punto de vista, “Olga”² ofrece en su blog diferencias entre lectorabilidad y legibilidad, entendiendo por la primera “la facilidad que ofrecen los textos escritos para ser comprendidos sin necesidad de realizar grandes esfuerzos” (“OLGA”: 2011). Según ella, la lectorabilidad depende de factores como “la habilidad lectora de quien lee, su formación y su conocimiento (...) o la familiaridad con la temática del mismo” (“OLGA”: 2011). En este

² Seudónimo de la persona que escribe el Blog.

sentido, se podría decir que la lecturabilidad de INFOSALUD debería ser alta, teniendo en cuenta que los temas que se tratan son de salud y van dirigidos a los colaboradores que con ésta trabajan. Un tema cotidiano y de interés que debería garantizar su lectura.

La legibilidad entonces tiene que ver con la forma en que se presenta el texto y la información para ser de fácil lectura. Así, la legibilidad es un tema que tiene que ver más con el diseño y el estilo del medio, el tipo de letra que se usa, los colores, el léxico técnico o coloquial que permita la lectura y el correcto entendimiento de la información.

Por otra parte, la Usabilidad será entendida como "un concepto que engloba a una serie de métricas y métodos que buscan hacer que un sistema sea fácil de usar y de aprender. Al hablar de sistema la referencia se hace a cualquier dispositivo que tenga que ser operado por un usuario" (BAEZA-YATES: 2002). Para este caso, será aplicada en la experiencia del lector con el boletín, qué tan útil y creíble le resulta la información que allí se consigna.

Stephanie Falla Aroche, Editora de Maestros del Web y docente universitaria, reconoce en el periodismo digital “un nuevo género periodístico que utiliza el internet como un medio de distribución de la información y se vale de varios formatos para comunicar en una misma plataforma” (FALLA: 2011). De esta manera, INFOSALUD hace parte de una nueva generación de medios de comunicación digitales, usando el internet para llegar a los distintos colaboradores de la Subdirección de Salud, quienes se encuentran en distintas sedes en Bogotá y Cundinamarca.

Para Falla, la usabilidad es “un atributo de calidad de una página o sitio web, que determina la facilidad de la interfaz para ser utilizada por el usuario” (FALLA: 2011). De esta manera, y al combinar los dos puntos de vista anteriormente mencionados, la usabilidad podrá

ser entendida como la facilidad que tiene el usuario para navegar, entender o tratar el medio digital y el tema que allí se trate. La experiencia del usuario será entonces determinada por la interfaz del medio, cuestión que tiene que ver con el diseño.

Y por último el Conocimiento, entendido como la novedad o actualización en un tema del que antes se sabía muy poco o no se sabía nada. Esta variable está relacionada con la calidad de la información que se consigna en el medio, la pertinencia de su publicación y su profundidad, teniendo en cuenta que “el conocimiento es hoy el insumo básico que permite que las organizaciones puedan conservarse en un proceso de innovación continua, mejorando sus procesos, productos y servicios” (TERÁN, K.: (S.F), P. 5).

El conocimiento vendrá mediado por la actualización de los contenidos que, según Falla, “se refiere a la publicación constante de contenido, con el objetivo de informar y comunicar hechos de interés público” (FALLA: 2011). El éxito del medio será dado por la calidad de sus contenidos, si son novedosos y ofrecen información interesante entonces la primera vez está bien.

A pesar de que poco a poco las organizaciones, indistintamente de su quehacer, se van acercando más a los medios digitales y a las plataformas virtuales para establecer procesos de comunicación, es necesario crear “escenarios que garantizarán la gerencia, transmisión y transferencia de información y conocimiento; desarrollando conductas, habilidades y actitudes que se ajusten a las exigencias de esta nueva sociedad” (TERÁN, K.: (S.F)), pues resulta necesario incluir a todos y cada uno de los individuos pertenecientes a un grupo en las nuevas dinámicas de relacionamiento, y ese es un proceso que requiere tiempo.

Capítulo III

Comunicar las lecciones

Recolección de Información

Metodología de investigación

El presente ejercicio de investigación se inscribe en el paradigma hermenéutico crítico, entendiendo la hermenéutica como el arte de explicar e interpretar los fenómenos a partir de su complejidad. Según Bourdieu, el paradigma hermenéutico crítico tiene en cuenta los datos cualitativos de los fenómenos sociales, que para este caso significa entender la relación que tienen los colaboradores de la subdirección con su medio interno de comunicación más reconocido, el boletín digital INFOSALUD.

Dentro de la realización del ejercicio de investigación se utilizó el enfoque cualitativo-participativo, mediante el cual se les da prioridad a los actores sociales (en este caso los colaboradores de la Subdirección de Salud de Cafam). Cabe aclarar que el método cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir y o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (HERNÁNDEZ: 2006, P.6).

Debido a lo anterior, el trabajo de campo y la observación participante fueron fundamentales para el desarrollo de la investigación, puesto que permitieron evidenciar las distintas dinámicas de relación entre los sujetos y de éstos con su entorno. Además, por tratarse de un proceso de pleno manejo del practicante, la cercanía con el desarrollo de cada tarea fue importante para encontrar nuevos resultados en la investigación, que ayudaron a complementar las conclusiones de la misma.

Por otra parte, se trabajaron aspectos cuantitativos, dados por una tarea específica como la encuesta, pues es importante definir a manera de generalidad la percepción de los colaboradores frente a INFOSALUD, reduciendo la cabida a suposiciones.

Variables de investigación

Las variables que se investigaron son Lecturabilidad, Usabilidad, Conocimiento y Diseño del boletín digital INFOSALUD, indagando sobre el impacto, la pertinencia y efectividad del medio de comunicación.

Herramientas de investigación

Debido a que se combinaron aspectos de investigación cualitativa con recursos de investigación cuantitativa, las herramientas de investigación seleccionadas fueron las siguientes:

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

- **Observación participante**
- **Entrevistas Semiestructuradas:** Realizadas a Wendy Rivera, Coordinadora de Comunicaciones Salud; Adriana Vega Zarama, Practicante 2013; Marcela Zárate, Practicante 2011; y con personal administrativo y asistencial de la subdirección.
- **Diálogo con colaboradores (Focus Group):** El diálogo es importante porque al inscribirse en un contexto informal las personas se desenvuelven con mayor facilidad, haciendo los comentarios sobre un aspecto con mayor sinceridad y tal como lo piensan, lo que aporta a la investigación en el sentido de encontrar fortalezas o debilidades del proceso en la subdirección.
- **Revisión documental:** Se revisaron documentos propios de la Coordinación de Comunicaciones de la Subdirección de Salud, tales como Manuales de imagen

corporativa y la Ficha técnica de INFOSALUD. Estos insumos permitieron complementar la información y profundizar en el desarrollo de la investigación.

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

- **Encuesta:** Aplicada a 333 colaboradores con incluirá preguntas sobre las variables propuestas.

Ficha Técnica

- **Universo**

2500 colaboradores de la Subdirección de Salud de Cafam

- **Muestra de aplicación**

333 Encuestas

- **Margen de error estimado**

Nivel de confianza del 95% con un margen de error de +/- 5% respecto a la población general. Según el texto de Morales Vallejo (2012), para una población de 2500 personas el nivel de confianza se estima aplicando 333 encuestas.

- **Responsables**

La investigación fue desarrollada por Ana María Artunduaga Romero, practicante universitaria de Comunicación Organizacional de la Universidad Santo Tomás en la Subdirección de Salud de Cafam, con la guía de Evelyn Otalora, docente tutora de la sistematización, y Wendy Rivera González, Coordinadora de Comunicaciones de la Subdirección de Salud de Cafam.

Ver sección de anexos

Cronograma de aplicación

ACTIVIDAD\FECHA	JUNIO			JULIO				AGOSTO	
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2
Ajuste final a herramientas de investigación	4 - 6 jun								
Aplicación de encuestas		09-jun al 27-jun							
Realización de entrevistas									
Wendy Rivera				03-jul					
Adriana Zarama					07-jul				
Marcela Zarate					10-jul				
Directivos						23-jul al 30-jul			
Visita a centros médicos (Diálogo con colaboradores)								4 al 8 agt	
Tabulación de encuestas									11 al 15 agt

*Las fechas de diálogo con colaboradores presentaron algunas modificaciones debido a las visitas planeadas a cada centro médico de la red Cafam en Bogotá y Municipios de Cundinamarca.

Sistematización de la Experiencia

Durante el tiempo en que se desarrolló el proceso, con el fin de obtener insumos para la sistematización de experiencias, se observaron y definieron las siguientes actitudes frente al boletín interno de la Subdirección de Salud INFOSALUD:

Actitud/Comportamiento	Sujetos involucrados
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none">- El practicante de la coordinación, en este caso Ana María Artunduaga, es el responsable directo de la preproducción, producción y postproducción del boletín. Es su responsabilidad que el boletín sea publicado cada 15 días según los lineamientos de la coordinación. Sin embargo, los responsables de hacer llegar la información son las fuentes de información que se plantean para cada edición.
Colaboración	<ul style="list-style-type: none">- Esta actitud está relacionada específicamente con la consecución de la información y la disponibilidad de las fuentes para brindarla. El medio no podría existir sin información para publicar, por eso es fundamental que entre los funcionarios haya una buena relación

	<p>laboral, de tal forma que se favorezca el querer publicar las notas de interés y los logros de todos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - A pesar de que el diseño gráfico del boletín es responsabilidad del practicante, la colaboración de la coordinadora de comunicaciones y de los miembros de mercadeo salud, es importante para entregar un producto bien presentado, por lo que sus aportes y opiniones frente al diseño siempre son tenidos en cuenta.
<p>Empoderamiento y compromiso</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La coordinación de comunicaciones, y los 3 miembros de este equipo, están empoderados de la realización del boletín, al tiempo que escriben la historia de la Subdirección de Salud. Su compromiso con esta actividad es tal que se preocupan por buscar en todas las unidades de la subdirección temas dignos de reconocimiento, para contarlos a todos los colaboradores.
<p>Sentido de pertenencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Durante el proceso se observó que una gran mayoría de colaboradores de la subdirección (incluso de otras

	<p>subdirecciones) conocen el boletín INFOSALUD y como mínimo una vez lo han leído. Se observó también que el boletín hace parte de la identidad de la subdirección, fomentando el sentido de pertenencia con la misma gracias a la información que allí se publica. Es el medio interno por excelencia, y desde el Subdirector pasando por los demás colaboradores, se pide y aplaude su publicación y mantenimiento.</p>
<p>Reconocimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El boletín presenta una sección habitual de felicitaciones que radican los usuarios a cerca de personas o servicios. Es importante reconocer el esfuerzo que hacen cada uno de los colaboradores de la subdirección y en conjunto los equipos que la conforman, pues es una forma de motivar el trabajo y de evidenciar que el trabajo va por buen camino.

Una de las principales dificultades que se presentó durante el desarrollo del proceso fue que en algunas ocasiones las fuentes no respondían a la convocatoria para definir los temas del boletín, haciendo la “cacería” de información más tediosa, empleando más tiempo en la consecución de temas, fuentes y entrevistas. Por esta razón, las ediciones se retrasaban y no salían cada 15 días como se espera en la coordinación.

Otra dificultad, ésta de tipo operativo, está relacionada con la cantidad de requerimientos nuevos que llegaron a la coordinación en el año y el equipo tan pequeño que la conforma. La capacidad de respuesta disminuyó a medida que llegaron requerimientos que demandaron atención urgente, por lo cual la salida de INFOSALUD se retrasó hasta en mes y medio. En algunas ocasiones la información perdía vigencia o el tiempo de dedicación al diseño no era el adecuado.

Para el diseño se utilizan programas en versiones portables que en ocasiones demoran la diagramación del boletín por no contar con las características completas que ofrece la licencia paga. Esto ocurre porque la coordinación, y los cargos que la conforman, no están habilitados para desarrollar este tipo de procesos y sus equipos no cuentan con la memoria suficiente para soportar la suite de adobe.

Interpretación y Análisis

A continuación se presentan las *Fichas de síntesis* y *Matrices comparativas* diseñadas a partir de las respuestas obtenidas en las entrevistas y el focus group.

FOCUS GROUP

FICHA DE SÍNTESIS

Los resultados de esta herramienta se muestran en una ficha de síntesis debido a que las respuestas de las personas con quienes se trabajó son similares. No dan cabida a análisis comparativo:

¿Le parecen interesantes los contenidos que publica INFOSALUD?	¿Qué le quitaría?	¿Qué le incluiría?	¿Le gusta que sea virtual? ¿Preferiría que fuera impreso?	¿Por qué lee INFOSALUD?
<ul style="list-style-type: none"> - Sí, porque ayudan a fomentar el sentido de pertenencia por la subdirección. - Sí, porque nos informan sobre cosas que ocurren en otras 	<p>Ninguna de las personas con quienes se trabajó esta herramienta contestó esta pregunta.</p> <p>Ninguno le quitaría nada.</p>	<p>A esta pregunta la mayoría de las respuestas estuvieron enfocadas en los contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mencionar noticias de la caja de compensaci 	<ul style="list-style-type: none"> - Es chévere que sea virtual, pero se podría cambiar el diseño por algo como una revista digital o algo así, eso 	<p>A continuación se relacionan las respuestas más comunes de las charlas establecidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porque me quiero enterar de las novedades de

<p>sedes y que de otra manera no podríamos saber.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sí, porque muestra lo bueno que tenemos en la subdirección y es chévere que se reconozca lo que hacemos. - Más que interesantes son importantes porque es la forma en la que nos mostramos entre nosotros lo que estamos haciendo. Aunque no estemos en la misma sede todos 		<p>ón, no solo de salud.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Noticias sobre avances científicos en salud. - Crear una sección dedicada al empleado del mes. <p>Estas respuestas dejan ver que a pesar de que los contenidos de Cafam salud son interesantes e importantes, los colaboradores quisieran ver más sobre el tema de salud en general, lo que podría</p>	<p>también ayudaría a que se hablara de más cosas en una sola edición.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Es bueno que sea virtual, así ayudamos al planeta y no imprimimos tantas hojas, finalmente eso termina en la basura. <p>En algunos centros médicos se imprime INFOSALUD y se pega en las carteleras internas, pues no todos los colaboradores tienen</p>	<p>la subdirección.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Porque escriben cosas sobre el sitio de trabajo (la sede o el servicio) y de vez en cuando salimos, es una forma en la que todos sabemos lo que estamos haciendo, así no trabajemos todos juntos. - Porque las felicitaciones lo incentivan a uno a seguir haciendo bien el trabajo. - Porque es la única forma en
--	--	--	---	--

<p>trabajamos para lo mismo.</p>		<p>enriquecer el medio.</p>	<p>correo electrónico o tiempo para revisarlo. Sobre esto las opiniones fueron las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - “La solución no es que se imprima, porque esas hojas terminan en la basura, además sería muchísimo papel desperdiciado , a mí me parece que la solución es darle correo corporativo a todos los funcionarios, finalmente es 	<p>la que uno sabe lo que están haciendo los demás... sino no nos enteramos.</p>
----------------------------------	--	-----------------------------	--	--

			<p>nuestra herramienta de trabajo también”.</p> <p><i>María Cenaida Valero, Secretaria Centro Médico Madrid.</i></p> <p>- Es chévere que sea digital, así está disponible siempre, diferente es que a uno le guste mucho y lo imprima por iniciativa propia.</p>	
--	--	--	--	--

ENTREVISTA A PRACTICANTES ANTERIORES

MATRIZ COMPARATIVA

PREGUNTA	ADRIANA VEGA ZARAMA (PRACTICANTE 2013)	MARCELA ZÁRATE (PRACTICANTE 2011)
¿Considera que los colaboradores estaban motivados para participar en los contenidos de INFOSALUD durante la realización de su práctica?	<p>Sí. Mes a mes se les hacía una convocatoria que les permitía dar a conocer a la Coordinación de Comunicaciones Salud los hechos más noticiosos de sus servicios. Siempre respondían satisfactoriamente a esta herramienta, mostraban interés por participar y publicar sus notas y así mismo por validar la nota que se redactaba a partir del insumo suministrado por ellos mismos.</p>	<p>A veces. No sé cómo funciona ahora, pero cuando yo estaba se enviaba una convocatoria a los líderes de la subdirección y a partir de lo que ellos enviaban se generaban los contenidos para el boletín. Había ocasiones en que no llegaba nada, ni una novedad, ni una idea, ni nada... tocaba empezar a buscar por donde fuera contenido. No siempre estaban muy dispuestos, básicamente porque estaban muy ocupados con temas de sus unidades.</p>
Teniendo en cuenta el proceso, ¿qué dificultades encontró	<p>En muchas ocasiones, por falta de definición de los tiempos de</p>	<p>La espera para la aprobación de las notas por parte de las fuentes. A</p>

<p>durante la realización de su práctica con el mismo?</p>	<p>salida de INFOSALUD, se represaban las notas ya redactadas, y al momento de publicar INFOSALUD, éstas habían perdido vigencia.</p>	<p>veces cuando las aprobaban ya había perdido vigencia la información y entonces se perdía el trabajo.</p>
<p>¿Hubo mediciones de la efectividad del medio? ¿Qué arrojaron?</p>	<p>No hubo mediciones formales que arrojaran algún resultado. El único “indicador” que se tiene de este medio es la notificación de entrega y de lectura que da Outlook, pero ésta no es confiable, pues el hecho de que este medio sea entregado o abierto y llegue un mensaje de “leído”, no indica que el funcionario lo haya leído con el interés que debiese ser.</p>	<p>Que yo sepa nunca se ha hecho una medición al respecto. Al menos mientras yo estuve nunca se hizo.</p>
<p>¿Qué cambios hubo durante su gestión? ¿Realizó algún</p>	<p>Por decisión personal, decidí diseñar el banner superior de</p>	<p>Cuando yo llegué a la subdirección el boletín ya tenía un diseño</p>

<p>cambio al diseño del boletín?</p> <p>¿Por qué?</p>	<p>INFOSALUD con ilustraciones que hagan alusión al mes de salida (de publicación) del medio. Además, y si el espacio lo permitía, incluir una frase de motivación. El formato y la diagramación de las notas se mantienen de acuerdo con los estándares pre-determinados.</p> <p>Además, durante el proceso de mis prácticas profesionales, surgió la necesidad de crear el Boletín de INFOSALUD – Edición Especial de Felicitaciones, pues en todos los servicios de Salud se recibía un gran número de felicitaciones escritas de los usuarios y afiliados, al personal médico, asistencial y administrativo de los diferentes Centros de Salud. Por razones de clima laboral,</p>	<p>definido, y solo se podía utilizar una paleta de 5 colores. Yo empecé a usar más colores y a diagramarlo de una forma un poco diferente en cada edición, respetando siempre el diseño base que maneja la Coordinación de Comunicaciones. Básicamente lo hice porque uno se cansa de ver siempre lo mismo y de verlo igual.</p>
---	---	---

	<p>satisfacción con el servicio y reconocimiento a los funcionarios se tomó la decisión de publicarlos y dar a conocer estas felicitaciones.</p>	
<p>¿Cuáles eran los temas más recurrentes durante su gestión?</p>	<p>Los temas más recurrentes durante mi gestión correspondían a los hechos de Salud que no eran visibilizados a nivel corporativo. No puedo mencionar un tema en específico, pues la mayoría de las noticias que en INFOSALUD se publicaban correspondían a novedades del servicio o a eventos que solo a salud le podían parecer interesantes, por eso nunca había un tema que fuera “habitual” o que se convirtiera en salida frecuente.</p>	<p>Sinceramente no recuerdo con exactitud cuál era el tema más frecuente. Pero recuerdo que siempre que ocurría algo extraordinario se publicaba en una edición especial, por lo general se trataba de eventos, de reconocimientos a la subdirección, o de llegada de nuevo personal administrativo.</p>

Como se evidencia en la matriz comparativa de las respuestas dadas por las practicantes anteriores de la coordinación, el proceso de producción de INFOSALUD no ha cambiado en los últimos 4 años, atendiendo a la misma cadena de valor que se trabajaba en el 2011.

A la fecha el proceso se sigue llevando de la misma manera que se desarrollaba en ese entonces, con las mismas falencias y los mismos aciertos. Los únicos cambios han sido a nivel de diseño y responden a cambios pequeños como el uso de colores, ilustraciones y propuestas de cada practicante, basadas en su toque personal.

También resulta interesante ver cómo desde el nacimiento del medio en 2007, nunca se ha aplicado una herramienta de medición de la efectividad del medio, más allá de escuchar comentarios positivos sobre el boletín de parte de algunos colaboradores. A pesar de que el medio está posicionado y es reconocido dentro de la Subdirección, no cuenta con la descripción de unos indicadores de gestión que permitan medir su impacto dentro de la misma, haciendo que muchas veces el trabajo empleado en su creación sea en vano, pues la notificación de Outlook indica que el mensaje fue eliminado sin leer en algunas ocasiones.

ENTREVISTA A DIRECTIVOS

FICHA DE SÍNTESIS

Esta actividad se desarrolló con las personas relacionadas a continuación:

Adriana Murcia – Técnico en Mercadeo Salud

Juan Fernando Barjuch – Coordinador de Mercadeo Salud

Javier Andrés Urrego – Jefe Planeación del Servicio

Ángela Victoria Martínez – Jefe Unidad Ambulatoria Recién Nacido

¿Por qué es importante participar en INFOSALUD?	¿Cuál es la motivación para publicar en el medio?	¿Qué cambios o sugerencias haría al medio?	¿La publicación en INFOSALUD ayuda al conocimiento general de su unidad de gestión?
- Porque ayuda a que todos estemos enterados de lo que hace cada una de las unidades de la subdirección. Somos mucha gente y a veces es difícil que todos sepan lo que se está	- La motivación más grande es hacer las cosas bien. Siempre es bueno que a uno lo feliciten por	- Que en una sola edición se publicaran más noticias o más contenido. - Incluir temas novedosos sobre salud,	- Ayuda al reconocimiento de las labores que allí desempeñamos y los logros que alcanzamos, así como a identificar en qué aspectos somos más fuertes en la

<p>haciendo, el boletín ayuda a divulgar al menos una parte de la gestión.</p>	<p>hacer bien su trabajo, o porque los usuarios salen satisfechos con la atención recibida. Las buenas historias merecen ser contadas.</p> <p>Esta última frase es un “lema” en la subdirección.</p>	<p>no solo de la subdirección sino del mundo científico.</p> <p>- Buscar la forma de garantizar que el boletín llegue al 100% de la población de la subdirección.</p> <p>Se podría empezar porque todos los colaboradores tengan e-mail corporativo.</p>	<p>subdirección.</p> <p>- No se trata tanto del conocimiento, porque todos nos dedicamos a cosas diferentes, es más el compartir un tema en común que es la salud y el trabajar por ella... las publicaciones en INFOSALUD nos permiten darnos cuenta de que a pesar de nuestros trabajos diferentes, somos un equipo.</p>
--	--	--	--

Conclusiones

Por primera vez desde los siete años que lleva INFOSALUD como medio oficial de la Subdirección, se realizó una medición que permitió establecer algunas características del mismo y de su funcionalidad. Se aplicó una encuesta a una muestra de 300 colaboradores con el fin de identificar los aciertos y falencias del medio en variables como usabilidad, lecturabilidad y diseño.

Se descubrió que a pesar de que los colaboradores reconocen el medio y reclaman su frecuente divulgación, muchos ni siquiera saben cuál es la última edición del mismo. Sin embargo, reconocen la importancia del boletín en salvaguardar la historia de la subdirección, al mismo tiempo que los mantiene informados de los sucesos más importantes fuera de sus sedes.

Por otro lado, la encuesta y las entrevistas arrojaron que el diseño propuesto es el indicado, ya que en ocasiones los funcionarios no tienen tiempo en la jornada laboral para dedicarse a la lectura, por lo que el que sea una sola hoja con notas pequeñas favorece la lectura rápida y de importancia. No obstante, algunas opiniones mencionan que les gustaría ver una revista digital, con información más desarrollada.

Proposiciones

De acuerdo con la experiencia desarrollada en la Subdirección de Salud de Cafam, y teniendo en cuenta el proceso realizado con el boletín informativo de salud INFOSALUD, las proposiciones para tal se presentan basadas en las variables de investigación propuestas: lecturabilidad, usabilidad, conocimiento y diseño, así como en los resultados de las herramientas de investigación aplicadas.

1. La primera propuesta está relacionada con los aspectos técnicos y tecnológicos del proceso. Como se había mencionado anteriormente, los programas de diseño utilizados en la coordinación son versiones portables que en ocasiones demoran la diagramación del boletín por no contar con las características completas que ofrece la licencia paga. Por tal motivo, se propone adquirir las licencias pagas de Adobe, a fin de mejorar los tiempos de diagramación y diseño y optimizar los de divulgación y salida de las ediciones finalizadas.
2. La siguiente propuesta también tiene que ver con los recursos técnicos y tecnológicos, y está directamente relacionada con el punto anterior. Adquirir un equipo con mayor memoria RAM y mayor velocidad, o adecuar uno ya existente en la coordinación, con el propósito de soportar y correr rápidamente los programas de diseño, impidiendo el bloqueo por falta de espacio para almacenamiento o saturación por poca velocidad. Estas propuestas ya están siendo evaluadas y contempladas en el ejercicio presupuestal para el 2015,
3. Atendiendo las solicitudes de algunos colaboradores de la subdirección, se propone crear un espacio en el boletín para la expresión de los funcionarios, con la misma

estructura de la sección permanente “La voz de nuestros usuarios”. Aunque para los miembros de la subdirección resulta motivante ver los comentarios positivos de los usuarios, también es importante resaltar los comentarios de quienes trabajan en la subdirección y lo positivo que ven en su quehacer. El tono de estas publicaciones debe ser respetuoso y debe apuntar a fortalecer la estrategia de servicio de la subdirección.

4. A pesar de que la mayoría de los colaboradores está conforme con el diseño propuesto del boletín, pues el ser de una sola hoja y con notas pequeñas favorece la lectura rápida en la jornada laboral, algunas opiniones mencionaron que les gustaría ver una revista digital, con información más desarrollada.

Teniendo en cuenta estas opiniones y el desarrollo cronológico del proceso, se propone cambiar el diseño del boletín por una revista digital de 8 páginas, diseñada en Adobe Indesign, con notas más desarrolladas e información más detallada y de interés para la subdirección de salud. Por tratarse de un diseño más complejo y detallado, se propone tener una salida mensual en vez de quincenal (como se maneja actualmente), con el fin de tener más tiempo para la preparación del medio y de la información, resaltando todos los aspectos importantes que sucedieron en el mes.

5. Finalmente se propone hacer una medición trimestral de la efectividad del medio, a fin de monitorear su lecturabilidad y usabilidad dentro de la subdirección. Esto ayudará a conocer las preferencias y opiniones de los diferentes públicos respecto al medio, que a su vez permitirá definir la importancia de INFOSALUD en mantener la historia de la subdirección.

Propuesta de mejora

Revista digital de Salud INFOSALUD

De acuerdo a la investigación realizada, se propone cambiar el diseño de INFOSALUD por una revista digital, manteniendo el mismo nombre, ya que se trata de la actualización del diseño y no de la creación de un nuevo medio de comunicación.

Así pues, las características del medio se presentan a continuación:

Nombre del medio: INFOSALUD

Objetivo de comunicación: Mantener informados a los funcionarios de la Subdirección de Salud sobre novedades del servicio.

Audiencia objetivo: Funcionarios de la Subdirección de Salud de Cafam. 2600 colaboradores aproximadamente.

Circulación: Mensual

DESCRIPCIÓN TÉCNICA

Revista Informativa digital diagramada en el programa InDesign. Mide 800 x 600 pixeles y su peso no debe superar los 500 MB. Para subirse a la intranet corporativa se debe exportar como HTML

La paleta de colores utilizada debe privilegiar el uso de los colores corporativos como base:

Nombre Color	R	G	B
Azul oscuro	0	82	165
Azul claro	0	146	221
Turquesa	32	188	185
Gris claro	150	149	148
Gris oscuro	114	112	111

La revista cuenta con 10 páginas, de 3 columnas cada una, con un medianil de 12 cm para diagramación libre.

Descripción

Técnica

Las fuentes que se utilizan son la familia DAX para títulos, encabezados, destacados y portada; y la familia Arial para el contenido editorial de los textos.

La portada siempre debe tener el título INFOSALUD centrado en la parte superior de la página. Bajo este título, la fecha de publicación en orden Mes/Día/Año y el número de la edición. La primera página interna se llama “Editorial” y está dedicada a las palabras del Subdirector de Salud.

Las fotografías utilizadas deben ser de autoría del equipo de comunicaciones, o compartidas por los miembros de la subdirección. Todas ellas sobre

Descripción	Las imágenes de apoyo se pueden descargar de internet o diseñar en los
Técnica	programas de la suite Adobe.

SECCIONES DEL MEDIO

<i>Portada</i>	<p>Siempre debe tener el título INFOSALUD centrado en la parte superior de la página. Bajo este título, la fecha de publicación en orden Mes/Día/Año (Diciembre 1 de 2014) y el número de la edición.</p> <p>Se puede ambientar con imágenes o diseños alusivos a fechas o celebraciones especiales (Halloween, navidad, día de la madre, etc) dependiendo del mes de publicación.</p>
<i>Editorial</i>	<p>La primera página interna se llama “Editorial” y está dedicada a las palabras del Subdirector de Salud, las cuales se deben diagramar en las primeras dos columnas. En la tercera columna un recuadro de color, enmarca el nombre de las personas que trabajaron en la edición, iniciando con el equipo de Comunicaciones Salud.</p>
<i>Índice</i>	<p>Segunda página interna. En donde se consignan todo lo que se podrá encontrar el lector. Se llamará “En esta edición...”</p>

<p><i>Nota principal</i></p>	<p>Tercera página interna. Se dispone de una página completa para desarrollar el tema más importante del mes. Un evento, un reconocimiento, un ascenso o la llegada de un nuevo miembro, o la especialidad de un tema de importancia científica en salud como el descubrimiento de una nueva enfermedad o el desarrollo de una vacuna.</p>
<p><i>¿Qué pensamos en Salud?</i></p>	<p>Sección dedicada a las opiniones de los funcionarios de la Subdirección. Los comentarios publicados deben ser positivos o motivadores para los compañeros, mostrando lo positivo del quehacer y del trabajo por los demás.</p> <p>El tono de estas publicaciones debe ser respetuoso y debe apuntar a fortalecer la estrategia de servicio de la subdirección.</p>
<p><i>Breves</i></p>	<p>Ubicados en la parte superior de la página 6, en cuadros, sobre tips del manejo a pacientes, fechas importantes, o demás información concreta que se quiera recordar a los funcionarios.</p>
<p><i>La voz de nuestros usuarios</i></p>	<p>Se mantiene la sección de comentarios positivos emitidos espontáneamente por los usuarios de los servicios de salud. Esta sección irá en las páginas del medio, con un diseño más dinámico.</p>
<p><i>Sociales</i></p>	<p>Fotografías de eventos sociales o de grupos de trabajo de la subdirección, así como felicitaciones a los “cumpleañeros” del mes.</p>

CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN				
	Atributo Principal	Tema	Descripción	Fuentes de Información
Contenido Editorial	Actualidad	Novedades en la Subdirección	A diario, van surgiendo eventos que se constituyen en temas de interés para todos los colaboradores de la Subdirección de Salud, por lo tanto, deben ser divulgados para que todos estén enterados de lo que está sucediendo.	-Jefes de Departamento. -Jefes de Sección. -Jefes de Área. - Administradores de Centros. -Coordinadores.

Se propone también tratar temas de interés científico en salud como descubrimiento de vacunas, congresos de salud y demás temas afines, para enriquecer el contenido del medio y atender las necesidades de la Subdirección frente a su visibilidad en el sector de Salud.

ORGANISMOS / MECANISMOS DE ADMINISTRACIÓN Y CONTROL

	Designado	Roles / Funciones
Administración	Coordinadora de Comunicaciones:	-Dar directrices para la ejecución y posterior publicación de la revista.
	Comunicador Asignado	-Solicitar información para dotar de contenido la revista. -Investigar, cubrir fuentes y/o eventos. -Redactar y diagramar contenidos.
Línea Editorial	No aplica dadas las características del medio	-Decidir sobre los contenidos que se publican. -Asesorar sobre la diagramación final del boletín.
Validación / Aprobación	Coordinadora de Comunicaciones	-Edición y aprobación de contenidos. -Aprobación del arte final.

Se propone que la primera edición de INFOSALUD con el nuevo diseño de la revista se publique en Enero de 2015, teniendo como insumos de noticias el informe anual de

actividades en salud 2014, el cierre del año, la fiesta de fin de año y demás actividades de la subdirección que se pudieran publicar.

Capítulo IV

Conclusiones Generales

Atendiendo el objetivo principal de la presente sistematización, y tomando como base el proceso desarrollado con el boletín informativo de salud INFOSALUD, se puede decir que el impacto de las plataformas virtuales en los procesos de comunicación es cada vez mayor debido a las dinámicas sociales que giran alrededor de dispositivos electrónicos cada vez con mayor frecuencia. En la subdirección de salud por ejemplo, en donde hay más de 2000 personas con distintas profesiones, edades y aficiones, divididas en 21 centros de salud entre Bogotá y Municipios de Cundinamarca, las plataformas virtuales se han convertido en los medios más utilizados para divulgar información y establecer comunicación entre distintas unidades de servicio, equipos de trabajo y personas. Al ser plataformas de fácil acceso y de actualización inmediata, los mensajes viajan a una velocidad que permite saber en Bogotá lo que ocurre en Facatativá con solo hacer un *“click”*.

Son, además, herramientas de bajo costo, fácil acceso y amigables con el medio ambiente, pues se evita la impresión de papel, así como el uso de tintas o sustratos que puedan afectar el planeta. Esta idea es reconocida y puesta en marcha en la subdirección, a través de la estrategia “Cero papel”, mediante la cual se pretenden reducir los usos de papel en impresiones, notificaciones y publicaciones innecesarias.

Por otra parte, y como conclusión general de la práctica profesional, se evidenció que en la Subdirección de Salud de Cafam el rol del Comunicador Social Integral (organizacional con capacidad para desarrollar actividades periodísticas) es importante y tenido en cuenta por los demás colaboradores. Ellos reclaman la existencia del equipo de comunicaciones y el mantenimiento de INFOSALUD como medio por excelencia de la Subdirección. Esto responde al esfuerzo que ha empleado Wendy Rivera en reivindicar el papel del comunicador

en las organizaciones, ganándose el respeto y sobre todo el respaldo de las directivas de Cafam.

También es importante mencionar la tendencia de los proyectos de la Subdirección a migrar a plataformas electrónicas y virtuales con el fin de optimizar los procesos. El sistema autopagos para descongestionar las filas, el Contac Center para solicitar citas telefónicamente sin necesidad de desplazarse a un centro de salud, el sistema de gestión en salud Breakepoint como herramienta virtual por excelencia del personal asistencial para revisar las historias clínicas, y otros mucho proyectos, son como INFOSALUD la muestra del interés por las plataformas digitales y la actualización constante de la Subdirección.

No obstante, y como en todos los proyectos, es necesario elaborar mecanismos que permitan medir la efectividad de los mismos, conociendo la percepción del público objetivo y el consumo de los nuevos medios. Para INFOSALUD entonces es necesario elaborar un sistema de gestión que ayude a fortalecer el medio y que esté listo para cuando se desarrollen las actividades de Certificación y Gestión de Calidad en Cafam.

La práctica profesional, además, ayudó a profundizar los conocimientos en programas de diseño, especialmente en el aprendizaje sobre el uso de Fireworks, lo cual significa una ventaja para la estudiante quien podrá aplicar los conocimientos adquiridos en su desarrollo profesional. Asimismo, el equipo de trabajo favoreció el desarrollo de la creatividad y la seguridad de la practicante, pues la libertad que le ofrecieron para realizar sus tareas en la Coordinación de Comunicaciones le permitió poner en práctica lo aprendido en la academia y explorar sus capacidades en la producción de piezas y estrategias de comunicación.

Fue la primera experiencia formal en el mundo laboral de la estudiante, y resultó gratificante ver que en la Subdirección de Salud los comunicadores sociales son respetados y tenidos en cuenta en todos los proyectos, reconociendo su aporte particular en las formas de abordar los públicos y diseñar las estrategias de comunicación para cada segmento. Es motivador ver que cada día la Comunicación Social va ganando más terreno en el mundo laboral, gracias al esfuerzo de profesionales como Wendy Rivera y Gloria Pedraza, quienes se han esforzado por mantener en alto la profesión y realizar todas las actividades asignadas con calidad, demostrando que la Comunicación no es una disciplina vacía y que, como las demás, merece respeto y personas que quieran ejercerla con pasión y responsabilidad.

Anexos

Formato de encuesta

La encuesta se desarrolló por medio digital, a través de la plataforma Outlook con los correos corporativos. Sin embargo, hay colaboradores (en mayoría asistenciales) que no cuentan con correo corporativo, por lo que la encuesta se aplicó presencialmente en los centros médicos.

1. ¿Cuál es el número de la última edición de INFOSALUD?

A. 117

B. 120

C. 119

D. 125

E. 115

2. ¿Los contenidos que trata el boletín son interesantes?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. A menudo

D. Casi nunca

E. Nunca

3. ¿Ha propuesto temas para la redacción de notas en INFOSALUD?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. A menudo

D. Casi nunca

E. Nunca

4. ¿Se entera de noticias importantes de la Subdirección de Salud a través del medio?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. A menudo

D. Casi nunca

E. Nunca

5. ¿Los aspectos de diseño (color, tamaño de letra, imágenes, etc) son adecuadas para la lectura del boletín?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. A menudo

D. Casi nunca

E. Nunca

6. ¿Cuándo hay una nueva edición de INFOSALUD la lee completa?

A. Si

B. No ¿Por qué?

7. ¿Qué edición le parece más interesante?

A. INFOSALUD habitual

B. INFOSALUD extraordinario

C. INFOSALUD Edición especial de felicitaciones

En cualquiera de los casos justifique su respuesta

8. ¿Le gustaría que el boletín fuera impreso?

A. Si

B. No

En cualquiera de los casos justifique su respuesta

9. ¿La lectura en computador es agradable?

A. Siempre

B. Casi siempre

C. A menudo

D. Casi nunca

E. Nunca

Cuestionarios para la realización de entrevistas

ENTREVISTA A PRACTICANTES ANTERIORES

1. ¿Considera que los colaboradores estaban motivados para participar en los contenidos de INFOSALUD?
2. Teniendo en cuenta el proceso, ¿qué dificultades encontró durante la realización de su práctica con el mismo?
3. ¿Hubo mediciones de la efectividad del medio? ¿Qué arrojaron?
4. ¿Qué cambios hubo durante su gestión?
5. ¿Realizó algún cambio al diseño del boletín? ¿Por qué?
6. ¿Cuáles eran los temas más recurrentes durante su gestión?

ENTREVISTA A JEFE DIRECTO

1. ¿Cómo nació INFOSALUD?
2. ¿Por qué virtual?
3. ¿Cómo se definió el diseño del boletín?
4. ¿Qué cambios ha habido durante estos años (los de vigencia del medio)?
5. ¿Cuál es la meta principal de INFOSALUD?
6. ¿Cuál ha sido el mayor acierto del medio?
7. ¿La gente se preocupa por participar en las temáticas de INFOSALUD?
8. ¿Qué campañas se han llevado a cabo en pro del mejoramiento del medio?

ENTREVISTA A DIRECTIVOS

1. ¿Por qué es importante participar en INFOSALUD?
2. ¿Cuál es la motivación para publicar en el medio?
3. ¿Qué cambios o sugerencias haría al medio?
4. ¿La publicación en INFOSALUD ayuda al conocimiento general de su unidad de gestión?

Cuestionario guía para la realización de Focus Group

Las siguientes preguntas fueron propuestas como la guía para la conversación con los colaboradores de los centros de salud. Sujetas a cambios por particularidad de los diálogos establecidos.

1. ¿Le parecen interesantes los contenidos que publica INFOSALUD?
2. ¿Qué le quitaría?
3. ¿Qué le incluiría?
4. ¿Le gusta que sea virtual? ¿Preferiría que fuera impreso?
5. ¿Por qué lee INFOSALUD? (Porque le toca, porque le gusta, porque se quiere enterar de novedades, porque aprende algo nuevo...)

Bibliografía

BOURDIEU, P. (S.F). Las dos tradiciones científicas. P.185.

HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. (2006). Metodología de la investigación: Similitudes y diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. Mc Graw-Hill interamericano. P. 6, 7 y 8.

ÁLVAREZ, J. (2007). "Comunicación interna: la estrategia del éxito". Revista Electrónica Razón y Palabra, núm 56. México. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>

COSTA, J. (1995). "Comunicación corporativa y revolución de los servicios". Barcelona. Edit. Ciencias Sociales.

ELIAS, J. y MASCARAY, J. (2003). Más allá de la comunicación interna. La intracomunicación. Barcelona, Ed. Gestión 2000 S.A.

KREPS, G. (1995). "La comunicación en las organizaciones". Delaware. USA. Edit. Addison-Wesley iberoamericana.

TERÁN, K. (S.F). Gestión del conocimiento, su impacto en la educación a distancia bajo entornos virtuales del aprendizaje. Pg. 5. Disponible en <http://www.cibersociedad.net/congres2009/es/coms/gestion-del-conocimiento-su-impacto-en-los-entornos-virtuales-del-aprendizaje/383/>

VAN RIEL, C. 1997. "La comunicación corporativa". Madrid. Edit. Prentice Hall.

Recursos de internet

ALONSO, J. (2001). Reseña de "La era de la información" de Manuel Castells, "La red" de Juan Luis Cebrián y "Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno" de Javier Echeverría. Desacatos, núm. 6. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. México. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13900612>

AULA ÓPTIMA. (S.F) ¿Qué es la lecturabilidad? Disponible en <http://www.aulaoptima.org/disconte/practicas/11.html>

BAEZA-YATES, R. (2005). **EN:** GUÍA DIGITAL. (S.F) ¿Qué es la usabilidad? Chile. Disponible en <http://www.guiadigital.gob.cl/articulo/que-es-la-usabilidad>

FALLA, S. (2011). **EN:** Maestros del Web. Periodismo y comunicación digital. Disponible en <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/periodismo-comunicacion-digital/> **[BLOG]**.

MORALES VALLEJO, P. (2012). Tamaño necesario de la muestra: ¿Cuántos sujetos necesitamos? Facultad de Humanidades. Universidad Pontificia Comillas, Madrid. P. 11. Recuperado el 15 de mayo de 2014 de <http://web.upcomillas.es/personal/peter/investigacion/Tama%F1omuestra.pdf> **[PDF]**.

“OLGA” (seudónimo). (2011). **EN:** Blog colaborativo del Máster TIC /2.0. LEGIBILIDAD Y LECTURABILIDAD: Dos conceptos a tener en cuenta a la hora de presentar un blog de enseñanza. Disponible en <http://masterticweb2.blogspot.com/2011/03/legibilidad-y-lecturabilidad-dos.html> **[BLOG]**.

UZCATEGUI, J. (2010). 6 características que debe tener un boletín electrónico exitoso. Revista DIRCOM. Disponible en <http://www.grupodircom.com/redaccion/marketing/390-6-caracteristicas-que-debe-tener-un-boletin-electronico-exitoso.html> **[BLOG]**.