

APOYO A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA QUE REALIZA EL
DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y COMUNICACIONES DE LA FUNDACIÓN
CARDIOVASCULAR- FCV, EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON PRENSA, REDES
SOCIALES, PÁGINA WEB Y ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

LIZETH MAGALY PRADA VELANDIA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

2019

APOYO A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA QUE REALIZA EL
DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y COMUNICACIONES DE LA FUNDACIÓN
CARDIOVASCULAR- FCV, EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON PRENSA, REDES
SOCIALES, PÁGINA WEB Y ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS

Lizeth Magaly Prada Velandia

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Social- Periodista

Modalidad Pasantía

Supervisora:

Lina María Alvarado Rueda

Magíster en Comunicación Digital

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

2019

Nota De Aceptación:

Lina María Alvarado Rueda
Supervisora de Pasantía

Bucaramanga, Julio de 2019

Tabla de Contenido

	Pág.
Abstract.....	1
Lista de Tablas	2
Lista de Figuras	3
Introduccion	4
Objetivos	5
Identificación De La Organización.....	6
Lineamientos Estrategicos.....	7
Valores Corporativos.....	8
Estructura Organizacional.....	9
Organigrama.....	11
Referente Conceptual	12
Propuesta Estrategia.....	16
Resultados obtenidos.....	18
Conclusiones.....	21
Recomendaciones.....	¡Error
r! Marcador no definido.	
Referencias Bibliográficas.....	24
Anexos.....	25

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: APOYO A LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA QUE REALIZA EL DEPARTAMENTO DE MERCADEO Y COMUNICACIONES DE LA FUNDACIÓN CARDIOVASCULAR- FCV, EN ACTIVIDADES RELACIONADAS CON PRENSA, REDES SOCIALES, PÁGINA WEB Y ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.

AUTOR(ES): LIZETH MAGALY PRADA VELANDIA

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): MG. LINA MARÍA ALVARADO RUEDA

RESUMEN

La necesidad de comunicación que existe entre el hombre y su medio es cada vez más compleja, debido a los adelantos tecnológicos existentes en la sociedad, lo que ha ocasionado la transformación del panorama informativo, obligando a repensar la estrategia comunicativa a todo tipo de empresas e instituciones. Para el desarrollo del siguiente trabajo se crearon contenidos con base en el desarrollo de líneas comunicativas diseñadas con el fin de potenciar la presencia de SaludMía EPS en redes sociales y medios de comunicación, contribuyendo a reforzar el posicionamiento de la Fundación y fortaleciendo su imagen en el nuevo entorno digital. Lo que permitió reforzar la comunicación externa y el feedback entre la EPS y comunidad en general garantizando una buena reputación virtual.

PALABRAS CLAVE:

Fundación Cardiovascular, FCV, Comunicación externa.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: SUPPORT FOR THE MANAGEMENT OF EXTERNAL COMMUNICATION PERFORMING THE MARKETING AND COMMUNICATIONS DEPARTMENT OF THE CARDIOVASCULAR-FCV FOUNDATION, IN PRESS RELATED ACTIVITIES, SOCIAL NETWORKS, WEB PAGE AND COMMUNICATIVE STRATEGIES.

AUTHOR(S): LIZETH MAGALY PRADA VELANDIA

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: MG. LINA MARÍA ALVARADO RUEDA

ABSTRACT

The need for communication that exists between man and his environment is increasingly a technological breakthrough in society that we are, which has caused the transformation of the information landscape, forcing a rethink the communication strategy to all types of companies and institutions. For the development of the following work, the contents were created based on the development of the communication lines are implemented in order to enhance the health presence Mía EPS in social networks and media, contributing to reinforce the positioning of the Foundation and strengthening its image in the new digital environment. What was related to external communication and feedback between the EPS and the community in general guaranteeing a good virtual reputation.

KEYWORDS:

Cardiovascular Foundation, FCV, External, Communication

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Lista de tablas

Tabla 1. Plan de acción.....	17
Tabla 2. Resultados obtenidos.....	20
Tabla 3. Resultados obtenidos.....	21
Tabla 4. Resultados obtenidos.....	22
Tabla 5. Anexo A- Calendario de programación pauta en prensa (Vanguardia Liberal, Q’Hubo, Gente).....	28
Tabla 6: Anexo B. Programación Calendario Redes Sociales	29
Tabla 7. Anexo F: Registro de indicadores mensualmente (facebook, instagram, youtube, twitter).....	33
Tabla 8. Anexo G: Realización gui3n Salud TV.....	34

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Organigrama FCV	1 1
Figura 2. Anexo C: Creación de Contenido para piezas publicadas en redes sociales.....	30
Figura 3. Anexo D, Contestación de mensajes en redes sociales - SaludMía EPS.....	31
Figura 4. Anexo E: Creación de textos para mensajes publicitarios de Whatsapp	33
Figura 5. Anexo H: Acompañamiento a los médicos de la FCV a medios de comunicación, en donde hablan temas sobre salud.....	35
Figura 6: Anexo I: Revisión ortográfica de piezas para redes sociales y prensa.....	36
Figura 7. Anexo K: Cubrimiento Simposio Falla Cardíaca.....	37
Figura 8. Anexo L: Cubrimiento Entrenamiento para procedimiento de Hemodinamia (MitraClip)....	38
Figura 9. Anexo M: Apoyo y cubrimiento del Foro en Salud en alianza con la W Radio y Caracol Radio.....	39
Figura 10. Anexo N: Redacción y organización de contenidos para la página web.....	40
Figura 11. Anexo O: Apoyo y creación de contenido para redes sociales FCV.....	41
Figura 12. Anexo P. Entrevistas y cubrimientos	42

Introducción

El presente informe describe los objetivos, el plan y el desarrollo del trabajo que se ejecutó a lo largo de la pasantía profesional en el Área de Mercadeo y Comunicaciones Corporativas de la Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV).

La Fundación Cardiovascular de Colombia siempre ha tenido como objetivo brindar la mejor atención en salud, por esto decidió apoyar en el año 2018 la creación de un proyecto llamado SaludMía EPS el cual busca brindar una atención en salud digna a los bumanguenses de manera integral. Es en SaludMía EPS donde se realizaron las principales actividades gestionadas en la pasantía.

Este informe ha sido dividido en varias partes, empezando con una breve descripción de la organización, seguido del planteamiento de objetivo general y objetivos específicos derivados del anterior, a continuación, se desarrolla la propuesta estratégica la cual describe las acciones y tiempo de ejecución para su realización con el fin de reforzar la comunicación externa de la FCV y principalmente la de SaludMía EPS.

Finalmente, se presentaron las conclusiones y recomendaciones, bibliografía y anexos.

Objetivos

Objetivo General.

Apoyar el Departamento de Mercadeo y Comunicaciones FCV, especialmente de Fundación SaludMía EPS, en las actividades relacionadas con la comunicación institucional, prensa, redes sociales, página web y estrategias comunicativas.

Objetivos Específicos:

Generar contenidos que contribuyan a la alineación efectiva de todos los canales de comunicación externa de Fundación SaludMía EPS.

Promover un mayor engagement de los afiliados frente a las acciones comunicativas de Fundación SaludMía EPS.

Apoyar a la gestión de los diferentes requerimientos del Departamento de Comunicaciones.

Identificación De La Organización

La Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV) es uno de los complejos médicos más importantes de Colombia y uno de los más destacados a nivel Latinoamérica y está ubicado en la categoría nivel cuatro de complejidad. (Fcv.org, 2019).

Reconocida por prestar servicios de alta complejidad, modernas instalaciones, equipos de última tecnología, un equipo médico especializado en todos los campos de la medicina lo que permite realizar tratamientos clínicos de talla mundial, siendo Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico a nivel regional, nacional e internacional (Fcv.org, 2019).

Visión

“La Fundación Cardiovascular de Colombia es una organización empresarial sin ánimo de lucro que provee servicios y productos de alta calidad para el desarrollo del sector, buscando permanentemente el bienestar de la comunidad” (Fcv.org, 2019).

Misión

“En el año 2020, la Fundación Cardiovascular de Colombia será una organización reconocida a nivel nacional e internacional por la excelencia e innovación de sus productos y servicios, orientados principalmente al sector de la salud” (Fcv.org, 2019).

Valores Corporativos

Los valores que resaltan dentro de la organización son los siguientes:

Laboriosidad, Innovación y Creatividad, Trato Humanizado, Lealtad, Respeto, Solidaridad y Honestidad.

Estructura Organizacional - Organigrama anexo

Descripción General del Área de Mercadeo

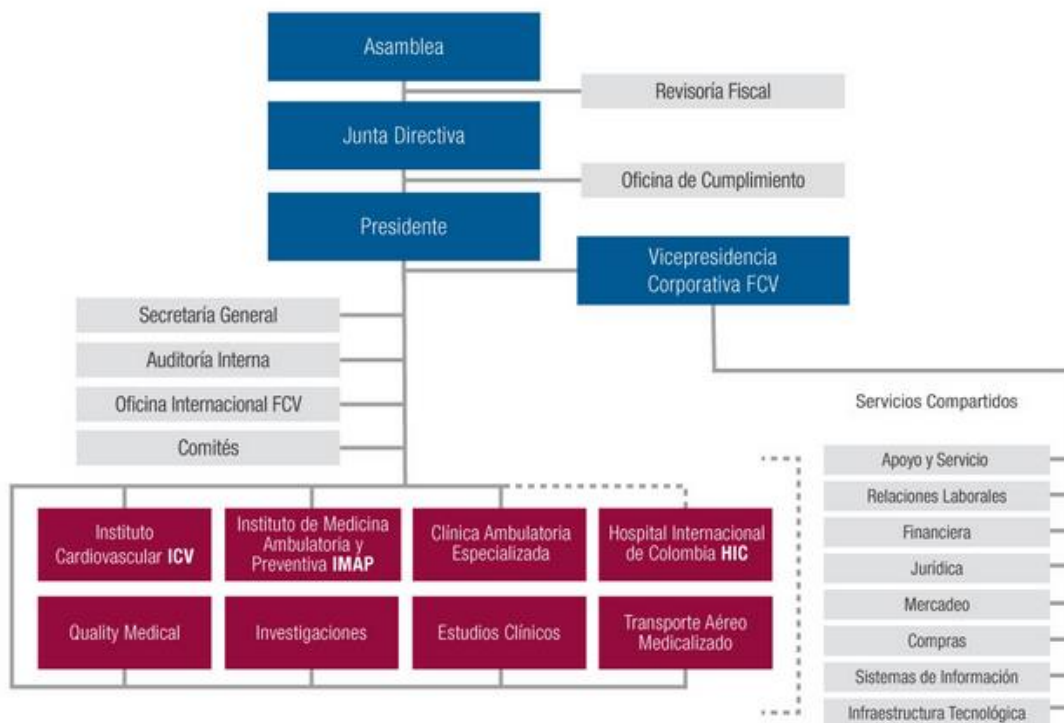
El Área de Mercadeo y Comunicaciones Corporativos, se encarga del manejo integral de la comunicación externa con los públicos objetivos de la Fundación Cardiovascular de Colombia y todas las empresas que hacen parte del ecosistema en salud de la FCV, desde creación y adecuación de diferentes estrategias para llegar a pacientes, pasando por proveedores y, por supuesto, medios masivos

El equipo está conformado por Ivonne Peña, Jefe del área; Pilar Salcedo Jefe de Prensa; Pedro Carreño, Diseñador Gráfico; Andrea Delgado, practicante general FCV; y yo, practicante general Fundación SaludMía EPS.

Organigrama

Se puede evidenciar que el Departamento de Mercadeo y Comunicaciones está bajo la Vicepresidencia Corporativa de la organización junto con los otros servicios compartidos, el Departamento es de gran importancia y apoyo para los demás a la hora de exteriorizar todos los servicios que ofrece la FCV.

Figura 1: Organigrama FCV.



Organigrama Versión 1.0.0

Tomado de: www.fcv.org

Referente Conceptual

Es importante entender el concepto básico de comunicación, para llegar a la comunicación externa en las empresas. En palabras de Joan Costa (1999):

La comunicación es la acción de transferir, de un individuo o un organismo, situado en una época o en un punto dado, mensajes e informaciones a otro individuo u otro sistema situado en otra época y en otro lugar, según motivaciones diversas y utilizando los elementos de conocimiento que ambos tienen en común (p.62).

Es decir, la definición de comunicación se puede entender como el proceso de enviar un mensaje a través de varios canales con el fin de obtener una retroalimentación bidireccional por parte de los receptores.

Ahora bien, según Capriotti (1999) citado por la Universidad de Palermo, al hablar de comunicación corporativa, se hace énfasis en las herramientas de comunicación con las que cuenta una organización y con las que se podrá transmitir el mensaje de manera efectiva a sus públicos.

Además, el avance de la tecnología ha ocasionado la mutación del panorama informativo a lo digital, haciendo que la sociedad se mude a las redes sociales por lo que las empresas u organizaciones han reorganizado las estrategias comunicativas.

Es decir, la actualización de la web va más de la creación de contenido divertido e innovador, según Orihuela (2002) “el usuario se define como eje comunicativo, el contenido como vector de identidad de los medios, la universalización del lenguaje multimedia, la exigencia de

tiempo real, las diversas dimensiones de la interactividad y el hipertexto como gramática del mundo” (p.6).

Internet protagoniza un papel fundamental el buen uso de las redes sociales al interior de una institución. En palabras de Celaya (2008) internet ha transformado la manera en que la sociedad compra y también la manera en que las empresas ofrecen sus servicios o productos. Creando una imagen favorable o no en la web (p.19).

Los diferentes canales de comunicación con los que cuenta una empresa son muy amplios, pues permiten abrir una cuenta en cualquier red social con la facilidad de que el usuario pueda registrarse como amigo o seguidor, esto genera una interacción menos invasiva y más focalizada con el público objetivo, con el fin de satisfacer sus necesidades y expectativas.

Actualmente, las comunicaciones se realizan a través de aparatos electrónicos inteligentes, los cuales son llevados por cada persona para todas partes. Según Celaya (2008) esto genera que las empresas puedan obtener información, retroalimentación variada y con inmediatez por sus públicos. A nivel interno de la organización, las herramientas con las que cuenta la web permiten que las empresas eleven su productividad y comunicación (p.22).

Por esto, si una empresa cuenta con un perfil corporativo será más fácil su forma de interacción con los usuarios, porque se delimitará su público y el contenido a generar será específico y concreto, esto conlleva a que la respuesta por parte del usuario sea más acertada o exista mayor posibilidad que interactúe con el contenido que se publica en dicho perfil.

Con la acomodación de las empresas a la era digital, el núcleo interno y externo de la organización se ha reforzado logrando captar público joven, con el fin de que todos los usuarios interactúen de forma real e inmediata con ellas. Obteniendo mejor difusión de información e inmediatez en la misma.

Comunicación Externa

En palabras de Bartoli (1992) “la comunicación externa es un proceso que consiste en transmitir información o contenidos con información variada y desde la empresa u organización empresarial a través de diversos canales de comunicación con el fin de que lleguen a la opinión pública” (p.23).

Social Media

Según Jaramillo (2011) se trata de la oportunidad de compartir actividades a través de la web, creando contenido creativo ya sea, texto, audio, video o imágenes (p,18).

Es decir, un espacio diseñado con el fin de que las personas creen información de interés en tiempo real. Convirtiéndolo en un medio con una gran variedad de canales de comunicación, con una estrategia aliada como los son las redes sociales.

Redes Sociales

Son conocidas como el avance progresivo que ha tenido la comunicación, las cuales han permitido interactuar por canales comunicativos a través de la web de manera cercana e inmediata con miles de personas en el mundo que tienen intereses de información en común.

Propuesta estratégica

Tabla 1: Plan de acción

Estrategias	Acciones Desarrolladas	Tiempo de Ejecución
Programación calendario de pauta para Medios de Comunicación	Organizar por medios de comunicación impresos (Vanguardia, Q'hubo, Gente) los días en los que pauta SaludMía EPS.	Febrero- marzo-abril-mayo-junio-julio
Programación calendario de publicaciones en redes de SaludMía EPS	Creación de temas para la publicación a lo largo del mes en redes sociales	Febrero- marzo-abril-mayo-junio-julio
Creación contenidos de redes sociales de SaludMía EPS	Redacción y búsqueda de información para los textos de publicación en redes sociales	Febrero- marzo-abril-mayo-junio-julio
Creación de contenido para piezas en redes sociales	Redacción del diseño de la pieza para el post en redes sociales	Febrero- marzo-abril-mayo-junio-julio
Contestación de mensajes en redes sociales SaludMía EPS	Brindar la información adecuada con respecto a las inquietudes de los usuarios de redes sociales con respecto a SaludMía EPS	Actividad constante
Acompañamiento grabación video- Instituto de Cáncer (carros)	Promocionar el Instituto del Cáncer HIC y su servicio humano hacia sus pacientes pediátricos que van a cirugía	23 de enero
Revisión ortográfica y de redacción Brochure SaludMía y Presentación Comercial EPS	Mejorar el texto en redacción y ortografía	8 de Febrero
Creación de guión para SALUD TV - FCV	Creación de escaleta estructurada con información de Centro Especializado en el Cuidado de la Salud Respiratoria	1 de marzo

Acompañamiento a Doctores de la FCV en secciones de salud en el Canal TRO	Visita al Canal Tro en la sección Café de la mañana en donde médicos especialistas hablan sobre temas de salud.	Actividad Constante
Acompañamiento a tomas fotográficas FCV y SaludMía EPS	Apoyar en la toma de fotografías para archivo, redes y páginas web.	Actividad Constante
Corrección de textos corporativos y promocionales	Revisión ortográfica de piezas corporativas y publicitarias	Actividad Constante
Supervisión tráfico Agencia - SaludMía EPS	Solicitar, corregir y revisar los requerimientos solicitados por SaludMía EPS	Lunes a viernes
Informe mensual Indicadores y Métricas Redes Sociales SaludMía EPS	Registro de indicadores mensualmente (facebook, instagram, youtube, twitter)	Todos los meses desde enero finalizando cada mes
Revisión ortográfica de piezas para publicación en prensa o redes sociales	Supervisar las piezas que van a ser publicadas en medios de comunicación y redes sociales	Actividad constante
Cubrimiento a Simposio de Falla Cardíaca -FCV	Visibilizar las actividades y servicios de la FCV	7 de marzo
Cubrimiento de entrenamiento para procedimiento de Hemodinamia - MitraClip	Evidenciar la FCV	28 de marzo
Apoyo y cubrimiento del Foro en Salud en alianza con la W Radio y Caracol Radio	Mostrar la imagen de la FCV	1 de abril
Creación de textos para mensajes publicitarios de Whatsapp	Visibilizar a través de este medio directo los servicios que oferta SaludMía EPS	Abril
Redacción y organización de contenidos para la página web del	Apoyar la realización y organización de información para	Febrero- marzo - abril

Instituto Cardiovascular FCV	la página web	
Realización de entrevistas a personal médico y asistencial de la FCV	Obtener información para la realización de textos para redes sociales	Marzo y abril
Apoyo y creación de contenido para redes sociales FCV	Visibilizar e informar a la comunidad en general los principales servicios en salud que oferta la FCV	abril-mayo-junio-julio

Resultados obtenidos

Las estrategias mencionadas anteriormente fueron desarrolladas a partir de actividades a fines con los objetivos específicos propuestos para lograr la finalidad del informe, apoyar el Departamento de Mercadeo y Comunicaciones FCV, especialmente de Fundación SaludMía EPS, en las actividades relacionadas con la comunicación institucional, prensa, redes sociales, página web y estrategias comunicativas.

A partir de la ejecución de la propuesta estratégica y durante el tiempo de su desarrollo se pudo cumplir a cabalidad con todas las actividades planteadas, obteniendo resultados satisfactorios para la organización lo cuales veremos a continuación:

Actividades desarrolladas objetivo 1: Generar contenidos que contribuyan a la alineación efectiva de todos los canales de comunicación externa de Fundación SaludMía EPS.

Publicar el contenido en redes sociales y medios de comunicación permite crear un mayor alcance con respecto al tema que se propone, la división que se hace con respecto a las líneas comunicativas que se manejan en SaludMía EPS, permiten que la información sea variada y creativa para los usuarios.

Para el cumplimiento del anterior objetivo se desarrollaron las siguientes estrategias:

Tabla 2. Resultados obtenidos

ESTRATEGIA	CANAL	TIEMPO DE EJECUCIÓN	INDICADORES
Programación calendario de pauta para Medios de Comunicación	Vanguardia Mobile y Impresa, Gente, Q'Hubo, Mailing	6 meses (Enero - Julio)	Se programaron 1 vez al mes los 30 días . (Ver Anexo A)
Programación calendario de publicaciones en redes de SaludMía EPS	Instagram, Facebook Twitter.	6 meses (Enero - Julio)	Se programaron 24 publicaciones al mes aproximadamente (Ver Anexo B)
-Creación contenidos de redes sociales de SaludMía EPS -Creación de contenido para piezas en redes sociales	Instagram, Facebook Twitter.	6 meses (Enero - Julio)	24 publicaciones al mes aproximadamente (Ver Anexo C)
Contestación de mensajes en redes sociales SaludMía EPS	Instagram, Facebook Twitter.	6 meses (Enero - Julio)	(Ver Anexo D)
Creación de textos para mensajes publicitarios de Whatsapp	WhatsApp	6 meses (Enero - Junio)	Creación de 34 mensajes (Ver Anexo E)
Informe mensual Indicadores y Métricas Redes Sociales SaludMía EPS	Actividad interna Departamento de Mercadeo	6 meses (Enero - Julio)	6 informes de Indicadores (Ver Anexo F)

Actividades desarrolladas Objetivo 2: Promover un mayor engagement de los afiliados frente a las acciones comunicativas de Fundación SaludMía EPS.

La comunicación es parte fundamental de una organización, el tiempo con el que se le da respuesta a los usuarios que quieren o utilizan los servicios de la institución es de gran importancia, pues refleja el compromiso que esta tiene con su público. Así mismo, estar atento a los detalles de

redacción y diseño en los mensajes y piezas publicitarias ayuda a que lo que se quiere emitir, tenga mayor impacto en el público objetivo.

La toma de fotografías y videos permite mostrar una imagen más cercana y amable de la organización, pues a través del medio en el que sean publicados estos contenidos audiovisuales, las personas podrán generar un intercambio de información más dinámico.

Para el cumplimiento de este objetivo se desarrollaron las siguientes estrategias:

Tabla 3. Resultados obtenidos

ESTRATEGIA	CANAL	TIEMPO DE EJECUCIÓN	INDICADORES
Creación de guión para SALUD TV - FCV	Youtube	1 de Marzo	Creación de 1 guión (Ver Anexo G)
Acompañamiento a Doctores de la FCV a medios de comunicación	Canal Tro , Besame, Olímpica .	Actividad Constante	20 Visitas a medios de comunicación (Ver Anexo H)
-Corrección de textos corporativos y promocionales -Revisión ortográfica de piezas para publicación en prensa o redes sociales	Instagram, Facebook Twitter. Vanguardia Liberal Q'Hubo, Gente	Actividad Constante	(Ver Anexo I)

Objetivo 3: Apoyar a la gestión de los diferentes requerimientos del Departamento de Comunicaciones.

Con el fin de dar a conocer al público los eventos realizados dentro de la Fundación Cardiovascular, se realizaron varios cubrimientos fotográficos además de otro contenido digital con el objetivo de nutrir los canales de comunicación con los que cuenta la institución.

Para el cumplimiento del anterior objetivo se desarrollaron las siguientes estrategias:

Tabla 4. Resultados obtenidos

ESTRATEGIA	CANAL	TIEMPO DE EJECUCIÓN	INDICADORES
Acompañamiento grabación video- Instituto de Cáncer (carros)	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin Youtube	23 enero	(Ver Anexo J)
Acompañamiento a tómas fotográficas FCV y SaludMía EPS	Instagram, Facebook Twitter. Vanguardia Liberal	Actividad Constante	(Ver Anexo K) (Ver Anexo L) (Ver Anexo M)
Revisión ortográfica y de redacción Brochure SaludMía y Presentación Comercial EPS	Actividad Corporativa	8 febrero	
Cubrimiento a Simposio de Falla Cardíaca -FCV	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin	7 marzo	(Ver Anexo K)
Cubrimiento de entrenamiento para procedimiento de Hemodinamia - MitraClip	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin	28 marzo	(Ver Anexo L)
Apoyo y cubrimiento del Foro en Salud en alianza con la W Radio y Caracol Radio	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin	1 abril	(Ver Anexo M)
Redacción y organización de contenidos para la página web del Instituto Cardiovascular FCV	Página web FCV	Febrero, Marzo y Abril	(Ver Anexo N)

Apoyo y creación de contenido para redes sociales FCV	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin	Abril, Mayo, Junio, Julio	(Ver Anexo O)
Realización de entrevistas a personal médico y asistencial de la FCV	Instagram, Facebook Twitter. Linkedin	Marzo, Abril	(Ver Anexo P)

Conclusiones

Las líneas de la comunicación deben ser proactivas y creativas a la hora de buscar y hacer que las personas, enfoquen su salud en las mejores manos. Por medio de las distintas plataformas como Vanguardía, Gente, Q'hubo y emisoras locales se logró crear una buena imagen y confiabilidad de la FCV y SaludMía EPS, ya que ayudaron a dar a conocer los servicios y beneficios de las instituciones.

Además, la organización y planeación de los días en los que se quería publicar el contenido en redes sociales y medios de comunicación permitió crear un mayor alcance con respecto al tema que se propuso, la división que se realizó en las líneas comunicativas que se manejan en SaludMía EPS, permitió que la información fuera variada y creativa para los usuarios.

También, la comunicación digital es parte fundamental de una organización, el tiempo en que se le dio respuesta a los usuarios que querían acceder a los servicios de la institución fue de gran importancia, pues reflejó el compromiso que esta tiene con su público. Así mismo, estar atento a los detalles de redacción y diseño en los mensajes y piezas publicitarias ayudó a que lo que se publicó en redes sociales tuviera un impacto en el público objetivo, mostrando una imagen más cercana y amable de la organización, pues a través de Facebook, Instagram y twitter, las personas generaron un intercambio de información más dinámico.

El acompañamiento que se les dio a los eventos y demás hechos importantes, logró un mayor acercamiento con el público objetivo haciendo que sintieran en confianza con la institución,

dando a conocer los eventos más importantes como: Foro en Salud con la W radio, Celebración de los 5 años del Corazón Artificial, Grabación de testimonios de vida a pacientes internacionales, los simposios médicos.

Finalmente, en lo corrido de estos meses fue posible experimentar la vida laboral de la profesión, durante el desarrollo de la pasantía en la Fundación Cardiovascular se reforzaron conocimientos y tácticas aprendidos en la academia, además se desarrollaron labores tanto administrativas como de producción gráfica en las cuales se pudo impactar desde la Comunicación Social en un departamento de mercadeo y publicidad.

Recomendaciones

La vivencia durante el desarrollo del presente trabajo permite plantear entre otras las siguientes recomendaciones:

Fortalecer los canales de comunicación, de tal forma que permitan una comunicación efectiva entre el usuario y Fundación SaludMía EPS.

Continuar fortaleciendo los procesos de comunicación a través de los diferentes medios; ya que estos han generado impacto positivo en los receptores que usualmente consumen medios escritos y radiales.

Es de vital importancia para SaludMía EPS contar con la permanencia de personal capacitado para que cree estrategias que permitan la organización efectiva de la comunicación interna y externa de la misma.

Referencias Bibliográficas

Bartoli, A. (1992). *Comunicación y Organización*. Barcelona: Paidós.

Costa, J. (1999). *La comunicación en acción*. Barcelona: Editorial Paidós.

Celaya, J. (2008). *La empresa en la web 2.0*: Centro de libros PAFP, S. L. U.

Fcv.org. (2019). *Somos FCV*. [en línea] Disponible en: <http://www.fcv.org/corp/somos-fcv#section-id-1536007947252>

Jaramillo, A. (2011). *Redes sociales para todos*: Editorial Vergara

Hutt Herrera, H. (2012). *Las Redes Sociales: Una Nueva Herramienta de Difusión*. Recuperado el 26 de junio de 2019 de <http://www.redalyc.org/pdf/729/72923962008.pdf>.

Orihuela, J. (2002): “Los nuevos paradigmas de la comunicación”, eCuaderno. Pistas, noticias y enlaces sobre los me-dios y la red. Url: <<https://www.ecuaderno.com/paradigmas>>.

Universidad de Palermo, *La Comunicación Externa en las Empresas de Organización de Eventos*. Recuperado de (https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/alumnos/trabajos/8383_7757.pdf)

Anexos

Tabla 5. Anexo A- Calendario de programación pauta en prensa (Vanguardia Liberal, Q'Hubo, Gente)

Distribución de Pauta en Medio de Prensa MES DE MARZO 2019									
PERIÓDICO VANGUARDIA LIBERAL									
Periodo de Campaña:		Marzo 2019 (Reconocimiento de Marca)							
Conteo de # Pautas	Medio Impreso	Día de Publicación	Tamaño de Pauta	Medidas de Pauta	Ubicación	Especificaciones de Contenido	Costo Unitario	Costo + IVA	
1	VANGUARDIA	Viernes 1 de Marzo 2019	1/4 Pagina Horizontal	27,2cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Sábado 2 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	SALUD	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Domingo 3 de Marzo 2019	1/4 Pagina Horizontal	27,2cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Domingo 3 de Marzo 2018	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	SALUD	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Domingo 3 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	ECONOMÍA	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Lunes 4 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	NACIONAL	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Viernes 8 de Marzo 2019	1/4 Pagina Irregular	18cm x 20cm	ÁREA METRO	DÍA DE LA MUJER	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Viernes 8 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	SALUD	DÍA DE LA MUJER	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Viernes 8 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	NACIONAL	DÍA DE LA MUJER	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Sábado 9 de Marzo 2019	1/4 Pagina Irregular	18cm x 20cm	SALUD	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Domingo 10 de Marzo 2019	1/4 Pagina Horizontal	27,2cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Domingo 10 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	NACIONAL	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Lunes 11 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	NACIONAL	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Viernes 15 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	ECONOMÍA	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Sábado 16 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	SALUD	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Domingo 17 de Marzo 2019	1/4 Pagina Horizontal	27,2cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Lunes 18 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	NACIONAL	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Viernes 22 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Sábado 23 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Domingo 24 de Marzo 2019	1/4 Pagina Horizontal	27,2cm x 13,5cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
1	VANGUARDIA	Lunes 25 de Marzo 2019	1/4 Pagina Irregular	18cm x 20cm	ÁREA METRO	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	VANGUARDIA	Viernes 29 de Marzo 2019	1/8 Pagina Horizontal	13,4cm x 13,5cm	SALUD	Racional - Atributos	\$0	\$0	

+ PRENSA ENERO 2019 PRENSA FEBRERO 2019 **PRENSA MARZO 2019** PRENSA ABRIL 2019 PRENSA MAYO 2019 PRENSA JUNIO 2

Distribución de Pauta en Medio de Prensa MES DE ABRIL									
PERIÓDICO Q'HUBO									
# Pauta	Medio Impreso	Día de Publicación	Tamaño de Pauta	Medidas de Pauta	Ubicación	Especificaciones de	Costo Unitario	Costo + IVA	
0.5	Q'HUBO	Lunes 1 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Martes 2 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Jueves 4 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Viernes 5 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Sábado 6 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Domingo 7 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	DÍA MUNDIAL DE LA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Lunes 8 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Martes 9 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Jueves 11 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Viernes 12 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Sábado 13 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Domingo 14 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Lunes 15 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Martes 16 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Jueves 18 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Viernes 19 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Sábado 20 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Domingo 21 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Lunes 22 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	SEMANA SANTA	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Martes 23 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Jueves 25 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Viernes 26 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Sábado 27 de Abril 2019	1/4 Pagina Vertical	12,5cm x 14cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	
0.5	Q'HUBO	Domingo 28 de Abril 2019	1/4 Pagina Horizontal	25,5cm x 7cm	Corriente	Racional - Atributos	\$0	\$0	

+ PRENSA ENERO 2019 PRENSA FEBRERO 2019 PRENSA MARZO 2019 **PRENSA ABRIL 2019** PRENSA MAYO 2019 PRENSA JUNIO 2

Tabla 6: Anexo B. Programación Calendario Redes Sociales

Calendario de Publicación para Redes Sociales SaludMia EPS.xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda La última modificación se realizó ayer a la(s) 15:59.

Compartir

100% \$ % 0.00 123 Arial 9 B I A

fx Dia Mundial Sin Tabaco

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
20		Semana 5	25	Clasificación de Triaje Urgencias	26		27		28	-Dia mundial de las enfermedades raras								
21																		
22		Tema Campaña General:																
23		March 2019	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo									
24		Semana 1					1	-Dia de la Cero Discriminación (ONUSIDA)	2		3	-Dia Mundial de los Defectos Congénitos						
25		Semana 2	4	Cómo afiliarme a SaludMia EPS? HISTORIAS EN INSTAGRAM	5		6	¿Sabías que... es la Hematología?	7		8	Día Internacional de la Mujer	9		10			
26		Semana 3	11	Nuestras sedes (mapa)	12	Día Mundial del Glaucoma (enfermedad ocular)	13		14		15	La Fundación Cardiovascular de Colombia (FCV)	16		17			
27		Semana 4	18	Citología- prevención cancer cuello uterino	19		20		21	Día Internacional de la Eliminación de la Discriminación racial. Día Mundial del Síndrome de Down	22		23	Día del Optometra	24	Día Mundial de la Tuberculosis		
28		Semana 5	25	Día Mundial de la Prevención del Cáncer de Cuello Uterino	26	Día Mundial para la Concienciación de la Epilepsia	27		28	Red Nacional Hospitalaria de Urgencias	29		30		31	Día del Cáncer de Colon.		
29		Tema Campaña General:																
30		April 2019	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo									
31																		

+ 2019 2018 2017

April 2019	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo		
Semana 1	1	2	3	4	5	6	7		
Semana 2	8	9	10	11	Día Mundial del Parkinson	12	13	14	
Semana 3	15	MENSAJE WHATSAPP Atencion IPS primarias jueves- viernes y sabado Santo	16	17	18	Jueves Santo	19	20	21
Semana 4	22	MENSAJE WHATSAPP Post PUBLICITARIO	23	24	25	Día Mundial del Paludismo	26	27	28
Semana 5	29	MENSAJE WHATSAPP Post Servicio Familiograma	30						

Figura 2: Anexo C- Creación de Contenido para Piezas Publicadas en Redes Sociales



Fundación SaludMía EPS
Te gusta esta página · 25 de marzo · 🌐

¿CÓMO PUEDES PREVENIR EL CÁNCER DE CUELLO UTERINO?
25 de Marzo, Día Mundial de la prevención del Cáncer de Cuello Uterino

- ▶ Practica actividad física
- ▶ Aliméntate de forma saludable
- ▶ Usa condón en todas tus relaciones sexuales
- ▶ Realízate la Citología
- ▶ ¡Vacúnate contra el VPH! es el único tipo de cáncer prevenible

El Día Mundial de la Lucha Contra el Cáncer de Cuello Uterino es un llamado a la prevención y detección temprana, con el propósito establecer acciones de concientización e información sobre la importancia de efectuarse controles ginecológicos para evitar enfermedades, entre ellas, el cáncer.

El cérvix o cuello uterino es la parte más baja del útero, es el lugar en donde crece el bebé durante el embarazo. El cáncer de cuello uterino es causado por un virus llamado virus del papiloma humano (VPH). Este virus se contagia por contacto sexual. El cuerpo de la mayoría de las mujeres es capaz de combatir la infección de VPH. Pero algunas veces, el virus conduce a un cáncer.

En SaludMía EPS nos preocupamos por tu salud, te dejamos algunas recomendaciones preventivas:

#SaludMíaEPS #EPSSantandereana
#CuidarTuSaludNuestraVirtud
#DíaMundialDeLaLuchaContra
ElCáncerDeCuelloUterino #CáncerDeCuelloUterino
#Cabecera #Salud #Bienestar #SaludBGA
#Bucaramanga #Piedecuesta #Floridablanca #Girón
#Santander

Visítanos en - www.saludmia.org



Fundación SaludMía EPS
Publicado por Hootsuite [?]
Te gusta esta página · 17 de abril · 🌐

¡Estamos cerca de ti! 😊

En SaludMía EPS ofrecemos una Red de Atención de Primer Nivel completa e integral, que busca que nuestros afiliados vivan una experiencia en salud reconfortante, cercana y prioritaria 🙌.

Por eso que hacemos presencia en los 📍 cuatro Municipios pertenecientes al Área Metropolitana de Bucaramanga con profesionales altamente calificados para atender cualquier tipo de necesidad de manera oportuna.

#SaludMíaEPS #EPSSantandereana
#CuidarTuSaludNuestraVirtud #RedDeAtencion
#AtencionDePrimerNivel #AtenciónIntegral #Salud
#Bienestar #SaludBGA #Bucaramanga #Piedecuesta
#Floridablanca #Girón #Santander

Etiquetar foto · Agregar ubi... · Editar

7 · 1 comentario
3 veces compartido

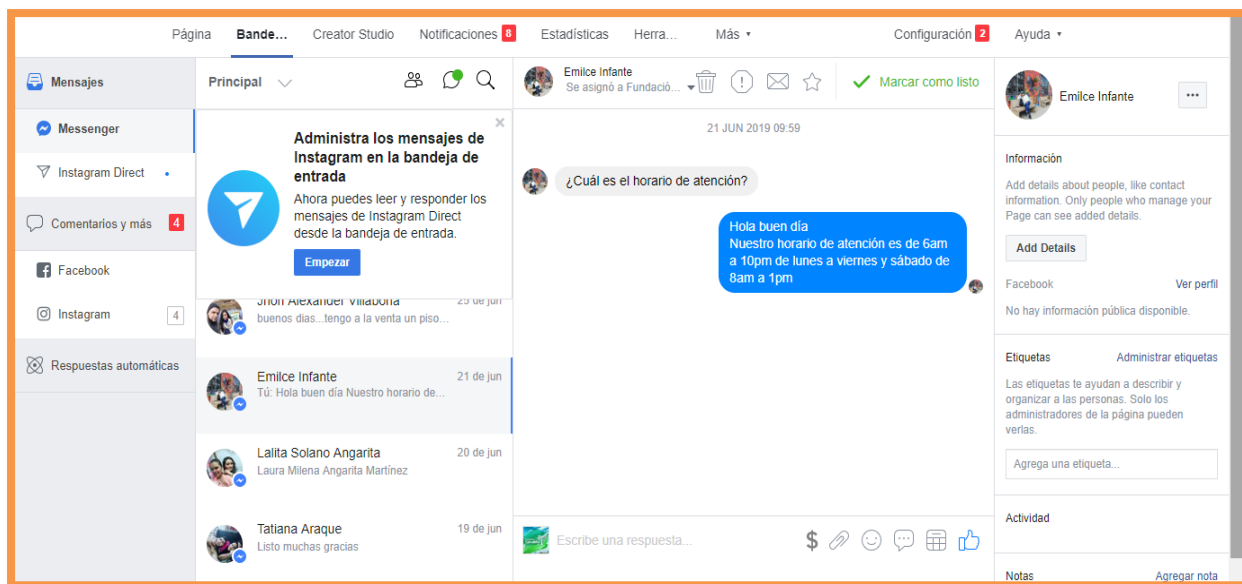
Me gusta · Comentar · Compartir

Escribe un comentario...

En SaludMía EPS ofrecemos una Red de Atención de Primer Nivel completa e integral, que busca que nuestros afiliados vivan una experiencia en salud reconfortante, cercana y prioritaria.

#MásCercaDeTi

Lo vales todo

Figura 3. Anexo D, Contestación de mensajes en redes sociales - SaludMía EPS

The screenshot displays the Facebook inbox interface for the user 'Emilce Infante'. The top navigation bar includes 'Página', 'Bande...', 'Creator Studio', 'Notificaciones 8', 'Estadísticas', 'Herra...', 'Más', 'Configuración 2', and 'Ayuda'. The left sidebar shows navigation options: 'Mensajes', 'Messenger', 'Instagram Direct', 'Comentarios y más 4', 'Facebook', 'Instagram 4', and 'Respuestas automáticas'. The main content area shows a message from 'Emilce Infante' with the subject 'Administra los mensajes de Instagram en la bandeja de entrada' and a blue button 'Empezar'. Below this, a list of messages is visible, including one from 'Emilce Infante' dated 21 de jun with the text 'Tú: Hola buen día Nuestro horario de...'. The right sidebar shows the profile of 'Emilce Infante' with sections for 'Información', 'Facebook', 'Etiquetas', 'Actividad', and 'Notas'. The bottom of the interface shows a text input field 'Escribe una respuesta...' and various icons for emojis, attachments, and reactions.

Tomado de: <http://www.saludmia.org/saludmia/>

Figura 4. Anexo E: Creación de textos para mensajes publicitarios de Whatsapp


ps://docs.google.com/document/d/1GI5w2X2Z8MNSaHfCRSWRdH2j31EZC9dsZ4G66yFEy0w/edit

nientas Complementos Ayuda La última modificación se realizó hace 9 días.

Narrow 14 B I U A

Textos WhatsApp SaludMía 2019

Lunes 15 de Abril de 2019



Fundación SaludMía es una EPS creada para transformar el aseguramiento en salud de la región y responder a todas las necesidades de los santandereanos.

¡Sabemos que lo vales todo! es por esto que contamos con sedes en Bucaramanga y toda su área metropolitana, con horarios de atención que van desde las 6am hasta las 10pm los cuales se ajustan a tus necesidades.

En el siguiente link podrás conocer nuestro Modelo de Atención <https://youtu.be/8SYe2o3mroc>

¡Pasarte a SaludMía EPS es muy fácil! Hazlo ya, escríbenos al 300 346 1005, nuestros asesores están dispuestos para atenderte.
No olvides seguirnos en nuestras redes sociales como @SaludMiaEPS, en Facebook, Instagram y Twitter.

Lunes 22 de Abril de 2019

Tomado de: <http://www.saludmia.org/saludmia/>

Tabla 7. Anexo F: Registro de indicadores mensualmente (facebook, instagram, youtube, twitter)

Indicadores y Métricas DGI_2019																			
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Complementos Ayuda La última modificación la realizó Mercado FCV hace 4 horas.																			
-SUMA (N28:N32)																			
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R		
ÁREA	MÉTRICA	UE	RESPONSABLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	
Mercado FCV	TOTAL			366	332	307	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1055	0		
	ECOSISTEMA FCV			128	202	211	0	0	0	0	0	0	0	0	0	541	0		
	Diseño de Piezas Gráficas (Digital Impresión)		Diseñador(a) Gráfico(a)	37	33	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	96	0		
	ICV			103	47	38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	188	0		
	HIC			0	0	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0		
	QM / QP			97	48	70	0	0	0	0	0	0	0	0	0	215	0		
	SALUDMIA EPS			1	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0		
	TOMA DE FOTOGRAFÍAS			4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0		
	ECOSISTEMA FCV			4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0		
	Número de Boletines de Prensa		Jefe de Prensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	ICV			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	HIC			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	QM / QP			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	SALUDMIA EPS			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	TOTAL			0	20	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	29	0		
	Atención de Visitas PRRR (Cubrimientos)		Jefe de Prensa	2	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0		
	ECOSISTEMA FCV			2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	0		
	ICV			4	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	0		
	HIC			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	QM / QP			0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0		
SALUDMIA EPS			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL			167	180	257	0	0	0	0	0	0	0	0	0	604	0			
Publicaciones en Redes Sociales (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter)		Practicante de Mercado - Jefe de Prensa	66	79	172	0	0	0	0	0	0	0	0	0	317	0			
ECOSISTEMA FCV			4	15	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0	42	0			
ICV			68	65	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	168	0			
HIC			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
QM / QP			29	18	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	77	0			
SALUDMIA EPS			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
TOTAL			8	5	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	0			
Producción de Videos o Material		Diseñador(a) Gráfico(a)	1	2	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	0			
ECOSISTEMA FCV			3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0			
ICV			4	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	0			
HIC			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

Tomado de: https://www.google.com/intl/es-419_ALL/drive/

Tabla 8. Anexo G: Realización guión Salud TV

SALUD TV - Marzo 2018		
VIDEO /IMÁGENES DE APOYO	SCRIPT	T
- Presentadora - Locación Health Garden	ENTRADA Las enfermedades respiratorias pueden ser producto de infecciones, consumo de tabaco o inhalación de humo de tabaco en el ambiente, cambios climáticos y otras formas de contaminación del aire. Según cifras del Ministerio de Salud, en Colombia en el año 2018, se registraron 383 muertes a causa de estas enfermedades.	24"
- Entra intro del programa .	Hola, Bienvenidos a un nuevo capítulo de FCV Salud TV	
- Presentadora - Locación HIC	TOMA 1. Presentadora. Las enfermedades respiratorias crónicas son aquellas que comprometen al pulmón y a las vías respiratorias. Entre las más comunes se encuentra el asma, la enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC), la rinitis alérgica, las enfermedades pulmonares de origen laboral y la hipertensión pulmonar. Según datos de la Organización Mundial de la Salud, se estima que 235 millones de personas padecen asma y 64 millones de enfermedad pulmonar obstructiva crónica. Así mismo, la OMS indica que mueren anualmente en el mundo alrededor de 4 millones de personas a causa de enfermedades respiratorias.	35"
- Presentadora - Entrevista Doctor Mauricio Ariel Orozco Levi - Videos, fotos de apoyo.	TOMA 2. Presentadora. En la Fundación Cardiovascular, contamos con el Centro Especializado en el Cuidado de la Salud Respiratoria del Hospital Internacional de Colombia HIC. (Entrevista Doctor Mauricio Ariel Orozco Levi) ¿Qué hace desde el Centro Especializado en el Cuidado de la Salud Respiratoria?	8"

Tomado de: <http://www.saludmia.org/saludmia/>

Figura 5. Anexo H: Acompañamiento a los médicos de la FCV a medios de comunicación, en donde hablan temas sobre salud.



Tomado con iPhone 7 personal

Figura 6: Anexo I: Revisión ortográfica de piezas para redes sociales y prensa

Conoce mi historia

"SOY CARLOS ALBERTO Y EN SALUDMIA EPS ME AUTORIZARON RÁPIDAMENTE LOS MEDICAMENTOS MÉDICOS"

Fundación **SaludMía** eps *¿Cuándo iniciamos tu historia?*

AFÍLIATE YA
6394747
018000 980001

Visítanos en www.saludmia.org

Contar con un médico que conoce y cuida toda tu familia, Eso es,

Valorante

En SaludMía EPS sabemos que lo vales todo.
Por eso hemos desarrollado un modelo de salud que más que aliviar tus dolores busca cuidar la salud de todos los que amas a través de la construcción de un familograma que previene la aparición o complicación de tus enfermedades.

Pasarte a SaludMía EPS es muy fácil.

Hazlo ya! escribiendo al **300 346 1005**

Fundación **SaludMía** eps **Lo vales todo**

www.Saludmia.org

Anexo J: Apoyo en la grabación del vídeo pacientes pediátricos llegan sobre ruedas a las salas de cirugía.

Link del video: <https://www.facebook.com/FCVColombia/videos/2331083236944668/>

Tomado de Facebook.

Figura 7. Anexo K: Cubrimiento Simposio Falla Cardíaca



Tomado con iPhone 7 personal

Figura 8. Anexo L: Cubrimiento Entrenamiento para procedimiento de Hemodinamia (MitraClip)

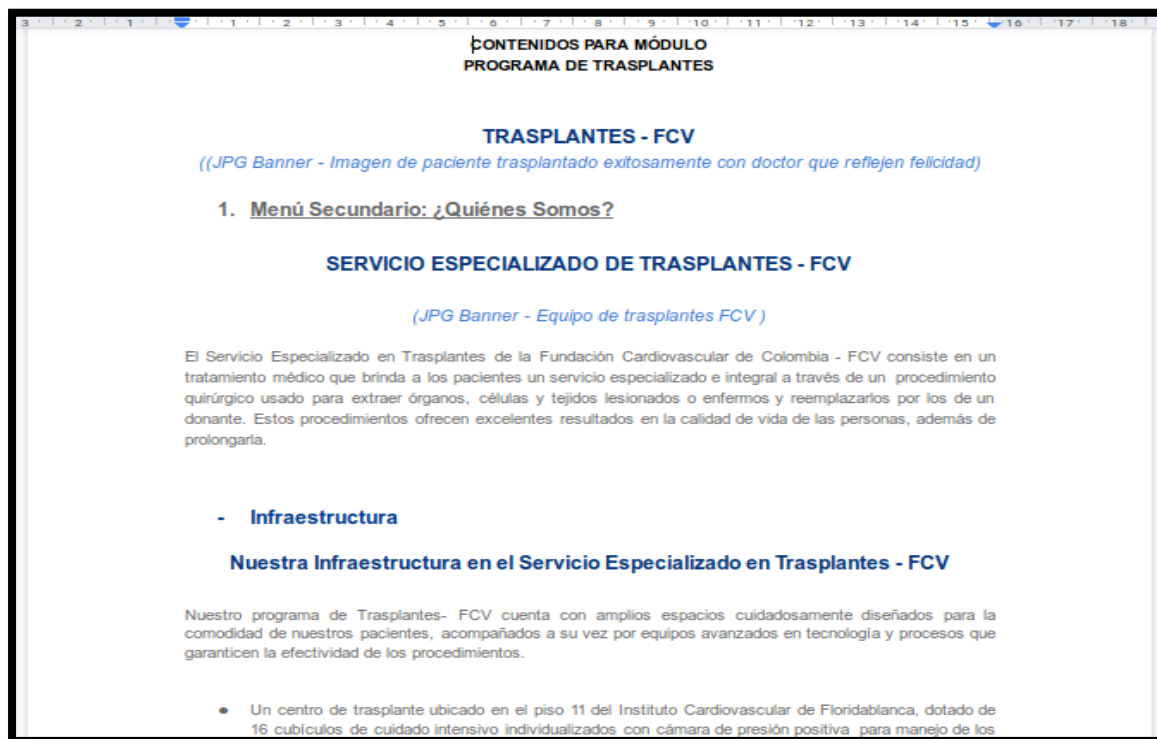


Tomado con iPhone 7 personal

Figura 9. Anexo M: Apoyo y cubrimiento del Foro en Salud en alianza con la W Radio y Caracol Radio



Tomado con iPhone 7 personal

Figura 10. Anexo N: Redacción y organización de contenidos para la página web

Tomado de: <http://www.saludmia.org/saludmia/>

Figura 11. Anexo O: Apoyo y creación de contenido para redes sociales FCV



Fundación Cardiovascular
cerca de tu
corazón

SERVICIO DE HEMODINAMIA ADULTOS DE LA FCV

En el Instituto Cardiovascular de la FCV contamos con el Servicio de Hemodinamia y Cardiología Intervencionista, el cual ofrece un amplio portafolio en intervenciones diagnósticas mínimamente invasivas y procedimientos terapéuticos para patologías cardiovasculares. Siendo la intervención coronaria compleja de alto riesgo uno de los estándares de nuestro servicio, así mismo ofrecemos intervenciones en cardiopatías estructurales como cierres de defectos del septum interauricular interventricular.

Actualmente, nuestro equipo médico está conformado por: 2 cardiólogos intervencionistas de adultos, 1 cardiólogo pediatra, 2 electrofisiólogos de adulto, 1 electrofisiólogo pediatra y 2 cirujanos cardiovasculares, con el apoyo de un equipo asistencial, quienes se encargan de procedimientos diagnósticos y tratamientos no quirúrgicos para enfermedades cardiovasculares de alta complejidad, con el objetivo de mejorar activamente la calidad de vida de nuestros pacientes.

FCV
Publicado por Hootsuite [?]
Te gusta esta página · 28 min · 🌐

La Hemodinamia y Cardiología Intervencionista, es una especialidad de la Cardiología, dedicada al estudio anatómico y funcional del corazón mediante la introducción de finos catéteres por las arterias. Estos estudios permiten diagnosticar y tratar la mayoría de las enfermedades que afectan al sistema cardiovascular.

El Servicio de Hemodinamia y Cardiología Intervencionista de la FCV nació hace 30 años, siendo pioneros en realizar procedimientos de hemodinamia en Bucaramanga 🇨🇴. Contamos con los servicios de: Hemodinamia Adultos, Cirugía Vascular, Hemodinamia Pediátrica, Electrofisiología y Radiología Intervencionista.

#FCV #ICV #CuidamosVidas #Hemodinamia #Salud #Corazón #Bienestar #2019 #Bucaramanga #Santander #Colombia

Escribe un comentario...



#TalentoMédicoFCV

Fundación Cardiovascular
cerca de tu
corazón

DR. JOSÉ FEDERICO SAAIBI

- Jefe de Cardiología y Hemodinamia de la FCV.
- Médico Cirujano - Pontificia Universidad Javeriana
- ▶ Especialista en Medicina Interna y Especialista en Cardiología - Hospital Militar Central
- ▶ Especialista en Cuidados Intensivos - University Hospital of South Manchester NHS Foundation Trust
- ▶ Especialista en Gerencia Hospitalaria - Pontificia Universidad Javeriana
- ▶ Especialista en Hemodinamia - University Hospital of South Manchester NHS Foundation Trust

FCV
Publicado por Hootsuite [?]
Te gusta esta página · 23 h · Editado 🌐

Te presentamos al Dr. José Federico Saaibi Solano - Jefe de Cardiología y Hemodinamia de la FCV.

Desde hace 16 años, hace parte de la familia FCV como nuestro Jefe de Cardiología y Hemodinamia. La integridad y amor por su profesión son el motor que lo impulsan al momento de realizar su trabajo. Tiene a su cargo un excelente personal humano altamente capacitado que ayuda en el tratamiento de los pacientes, siempre pensando en su bienestar.

El altruismo y la generosidad son valores que lo caracterizan, gracias a esto con ayuda de su equipo han logrado construir el grupo de Hemodinamia más sólido de Colombia y posicionarlo como referente mundial, por esto para nosotros es un orgullo que haga parte de la #FamiliaFCV.

#HablemosDeTuCorazónFCV #FCV #ICV #CuidamosVidas #Hemodinamia #FCVcercadetu corazón #Trasplantes #Salud #Bienestar #Corazón #Bucaramanga #Santander #Colombia

Etiquetar foto · Agregar ubi... · Editar

Escribe un comentario...

Tomado de: <http://www.saludmia.org/saludmia/>

Figura 12. Anexo P. Entrevistas y cubrimientos



Tomado con iPhone 7 personal