

**Propuesta de contenidos para los medios sociales: Facebook y Twitter del
Periódico El Pulso**

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora – Periodista

Jennyfer Montoya Restrepo

Asesora

Lina María Rendón López

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Medellín

2017

Contenido

Propuesta de contenidos para los medios sociales: Facebook y Twitter del Periódico El Pulso	1
Resumen	5
Introducción	6
Objetivos	11
Objetivo general.....	11
Objetivos específicos.....	11
Justificación	12
Marco teórico	13
Medios sociales	14
Redes sociales	15
Producción de contenidos.....	15
Interacción social.....	16
Posicionamiento de marca.....	16
Recordación de marca.....	17
Comunicación efectiva	17
Acercamiento asertivo	18
Metodología	19
Diseño de la investigación.....	19
Método.....	20
Técnica	20
Encuesta	20
Sondeo	21
Observación.....	22
Participantes.....	22
Población.....	22
Muestra	23
Análisis de resultados.....	24
Encuesta.....	24
Descripción de tabla.....	29
Propuesta de contenidos para las redes sociales del periódico El Pulso	31

Conclusiones	36
Recomendaciones	37
Bibliografía	37

Tabla de ilustraciones

Ilustración 1: Organigrama Hospital Universitario San Vicente Fundación	9
Ilustración 2: Organigrama El Pulso	10
Ilustración 3: Encuesta, pregunta 1.....	24
Ilustración 4: Encuesta, pregunta 2.....	25
Ilustración 5: Encuesta, pregunta 3.....	25
Ilustración 6: Encuesta, pregunta 4.....	26
Ilustración 7: Encuesta, pregunta 5.....	26
Ilustración 8: Encuesta, pregunta 6.....	27
Ilustración 9: Encuesta, pregunta 7.....	27
Ilustración 10: Propuesta 1	32
Ilustración 11: Propuesta 2	33
Ilustración 12: Propuesta 3	34

Resumen

La comunicación juega un rol importante en la sociedad, ya que de ella se dividen diversas funcionalidades como lo son las redes sociales. Las organizaciones van a la vanguardia y utilizan esta herramienta para poder potencializar su visibilidad y reputación, para lograr mejorar notablemente sus resultados.

En el continuo proceso humano, notamos que todas las relaciones interpersonales crean una comunicación afectiva, por lo que la mayoría de las organizaciones implementan y complementan el uso de las redes sociales, para crear ventajas competitivas.

Es por esto que la era digital se ha convertido en elemento global para la sociedad, logrando así que todas las personas del mundo puedan interactuar y perfeccionar sus conocimientos, alcanzando un acercamiento asertivo.

Este trabajo de grado tiene como objetivo mejorar los contenidos del sector salud del Periódico El Pulso y así aumentar la audiencia del público de las paginas en redes sociales: Facebook y Twitter, obteniendo objetivamente el resultado esperado, mejorando notablemente los contenidos de las publicaciones de la página digital.

Palabras claves: Redes sociales, interacción social, acercamiento asertivo, recordación de marca, comunicación efectiva y posicionamiento de marca.

Introducción

Las redes sociales son consideradas un factor fundamental en las organizaciones. Para poder realizar una difusión efectiva se debe segmentar el público objetivo y así indagar e investigar sobre cómo realizar los contenidos, es por esto que en el libro Estrategia con medios de comunicación y medios 2.0, nos plantea que:

La particularidad y las especificidades del manejo de información en redes sociales, es indispensable que la manera de escribir y pensar sea en caracteres, imágenes y video, que la información sea interesante, útil, noticiosa y motivadora (Barragán, 201,12).

En los medios digitales se debe utilizar una estrategia de social media para lograr mejorar el lenguaje ya que este debe ser adecuado para cada público, sus contenidos deben ser didácticos para lograr atraer más cantidad de visitas, mejorar las marca de imagen, aumentar visibilidad y posicionamiento de marca.

Todas las organizaciones usan las redes sociales como un método de comunicación con el propósito de fidelizar de clientes, ven la oportunidad de tener un contacto más cercano con su público y lograr una retroalimentación de sus preferencias y sus sugerencias, para sacar provecho y mejorar satisfaciendo a todos los usuarios.

Por lo anterior se ve en la necesidad de que el periódico El Pulso tenga una mejoría en sus publicaciones y mejore la calidad de la página web, para poder

obtener un resultado eficiente y efectivo, consiguiendo una interacción en cada una de las publicaciones utilizando estrategias comunicativas que acerque el periódico El Pulso con el público.

A cerca del Hospital Universitario San Vicente Fundación

El Hospital Universitario San Vicente Fundación fue creado en el año 1912, gracias a un grupo de filántropos antioqueños que tuvieron la idea de construir un hospital, ya que en esa época en Medellín solo existía el Hospital San Juan de Dios, pero las condiciones en las que prestaban el servicio no eran las más óptimas y no era apto para atender pacientes.

El Director General del Hospital, Dr. Julio Ernesto Toro Restrepo, el 22 de mayo de 1998 tuvo la iniciativa de crear dentro del Hospital San Vicente de Paul, el periódico El Pulso con el objetivo de informar a la comunidad del sector de la salud.

El periódico de circulación gratuita, tiene una trayectoria de 20 años, es auto sostenible gracias a las pautas publicitarias de varias empresas como: Crocs, IATM, Corpaul, Espectra, Xenco, Empresas Públicas de Medellín, Scare, Fodelsa, Asociación de Clínicas y Hospitales, Welcome To S.A.S, Bienes y Bienes, Esquema, entre, tiene un fondo editorial que pertenece al Hospital, los contenidos principales que tiene son específicamente temas del sector de la salud, sus

noticias son informativas, constructivas, culturales, breves, científicas, integrales y generan opinión e ideas entre los usuarios.

Para los lectores este medio de comunicación es considerado uno de los más influyentes, respetados e importantes en el área gerencial y asistencial, tiene un gran reconocimiento y posicionamiento a nivel nacional. En cada uno de los artículos brinda credibilidad y confianza, reflejando cada suceso y acontecimiento la realidad que está viviendo el país en la vida cotidiana.

Las redes sociales del periódico El Pulso se crearon desde el 2006 con el fin de fidelizar, mejorar la reputación de la imagen corporativa, tener buena atención al cliente y aumentar las ventas de los libros del fondo editorial, además como lo dice la GuíaSalud en las redes sociales se obtiene gran beneficio “conocer mejor a nuestros usuarios, mejorar la comunicación de GuíaSalud y con el resto de los usuarios” (GuíaSalud, 2011, 8).

A continuación se mostrará el cronograma general del Hospital, seguido el periódico El Pulso.

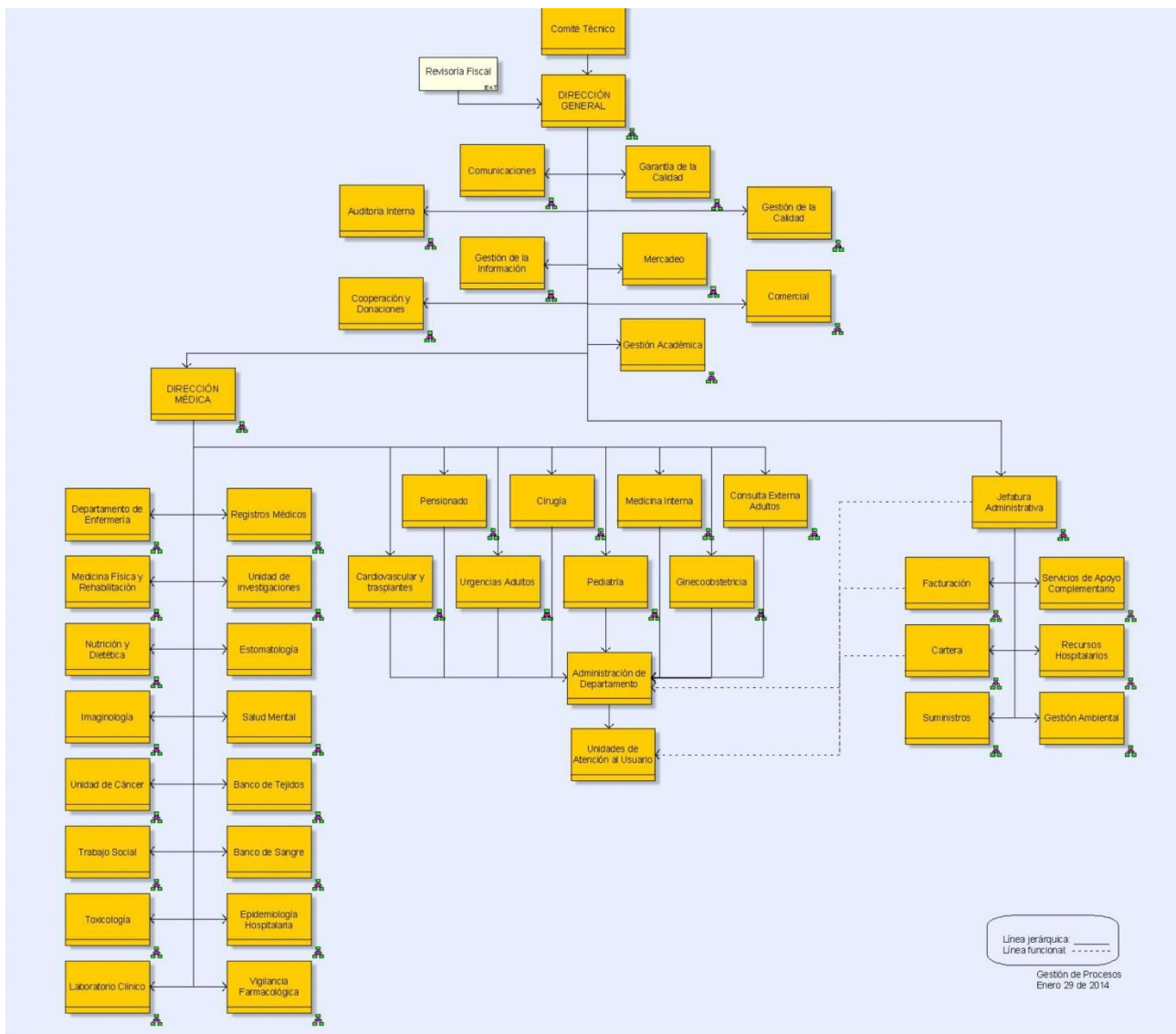


Ilustración 1: Organigrama Hospital Universitario San Vicente Fundación

Tomado de: Hospital Universitario San Vicente Fundación



Ilustración 2: Organigrama El Pulso

Objetivos

Objetivo general

Diseñar una propuesta de contenidos para los medios sociales, Facebook y Twitter del Periódico El Pulso, acordes a las características de sus audiencias y del sector salud.

Objetivos específicos

- Comparar contenidos y estrategias de interacción con las audiencias publicadas en páginas de medios sociales en la web, de referentes del sector salud.
- Elaborar una propuesta de contenidos para publicar en los medios sociales del Periódico El Pulso.
- Proponer estrategias de interacción con las audiencias de medios sociales del Periódico El Pulso.

Justificación

El Hospital Universitario San Vicente Fundación es una organización creada sin ánimo de lucro para el servicio de salud en la ciudad de Medellín, está orientada a atender a pacientes de alta complejidad, realiza campañas de donaciones a personas en situación de vulnerabilidad y promueve el acercamiento con el usuario.

El periódico El Pulso fue creado con el objetivo de interactuar, informar y comunicar a la comunidad del sector de la salud. Para promover la interacción de los usuarios se crearon perfiles y cuentas en los medios sociales, para que en estos espacios, los usuarios pudieran ampliar sus conocimientos, puesto que sus contenidos son temas de sucesos y acontecimientos que ocurren en la población.

Frente al auge de las redes sociales, las organizaciones han apostado a la comunicación efectiva con sus audiencias a través de estos medios, porque por ellos, se pueden conocer cuáles son los temas de interés para sus usuarios, se puede analizar y medir el impacto de las publicaciones y con ello, plantear estrategias para mantener la cercanía e interés entre las organizaciones y sus públicos.

Es por esto, que este trabajo de grado adquiere relevancia. En él se pretende implementar presentar una propuesta de nuevos contenidos para las cuentas del Periódico El Pulso en Facebook y Twitter, y con ellos, modificar el lenguaje, mejorar la calidad, activar la interacción con los usuarios y obtener una relación más calidad y efectiva con ellos

Marco teórico

Los medios sociales son un medio de difusión efectivo que ha multiplicado la capacidad de socialización de las personas. También ha permitido que los usuarios utilicen esta herramienta para interactuar, relacionarse, informarse, formarse, relacionarse, comunicarse, compartir intereses en común, crear contenidos o simplemente para entretenerse.

Estas plataformas digitales son totalmente gratuitas y portables, además las puede utilizar cualquier público objetivo y a medida de que el tiempo va transcurriendo se la tecnología va avanzando se va facilitando la participación, el modo y el uso que los usuarios le pueden dar.

Las herramientas de red social y, en particular, los sitios web de redes sociales han experimentado un auge arrollador en los últimos años.

La propia naturaleza de las redes sociales a las que dan soporte ha facilitado el crecimiento exponencial de sus usuarios. Existen cientos de sitios de red social, que ofrecen una variedad de funcionalidad tecnológica dan soporte a diversidad de objetivos, desde grupos de amigos a redes de profesionales (Quintero, 2010,69).

La sociedad se mueve a través de un mundo globalizado y estamos ante uno de los fenómenos tecnológicos más importantes de los últimos años, sabiendo aprovechar correctamente estas herramientas, se pueden volver potencialmente efectivas si los usuarios aportan positivamente valor alguno, generando contenidos educativos donde puedan aprender, emprender y culturizarse, pueden lograr a mejorar la vida de las personas.

La comunicación 2.0 es aquella que potencializa las redes sociales y la participación de los usuarios para aumentar su impacto y efectividad.

En la comunicación 2.0, lo más importante es el “contenido de valor”, donde es muy importante el conocimiento de la audiencia a la que se dirige la comunicación. Además dicho contenido debe ser planeado, organizado, estratégicamente construido de acuerdo con los objetivos del marketing y buscando siempre la interacción de los usuarios (Mejía, 2015, 5).

Medios sociales

Conjunto de plataformas, herramientas online, es un escenario de participación activa donde los individuos comparten entre sí. Es un medio donde se aprovecha para crear presencia de marca, generar una imagen más cercana a ellos, lograr mantenerse en la mente de los consumidores y así ser un medio influyente.

Son aplicaciones creadas con el fin de interactuar, intercambiar información y contenidos generados por el usuario, fomenta de manera efectiva la comunicación en

tiempo real entre los públicos y las marcas, conocer a líderes de opinión y profundizar en las características de sus audiencias.

Redes sociales

Una red social es un grupo de personas o entidades conectadas entre sí por algún tipo de relación o interés común. El término se atribuye a los antropólogos británicos Alfred Radcliffe- Brown y Jhon Barnes (Mejía. 2015, 5).

Son un medio de comunicación de interacción social, donde las personas comparten alguna relación, principalmente de amistad, mantienen un interés y actividades en común, o están interesados en indagar los intereses y las actividades de otras personas. Por este medio, los usuarios opinan libremente sobre sus gustos, preferencias y anécdotas, además pueden ampliar y presentar sus conocimientos por medio de publicaciones sobre diversos temas ya sea político, de entretenimiento, deportes, educación, entre otros.

Producción de contenidos

Los contenidos de las redes sociales son esenciales, debido a que se generan contenidos informativos, comunicativos, pedagógicos, entretenimiento o de suma importancia para el usuario, se lograría conseguir un resultado positivo y así poder conseguir la fidelización del cliente.

El público cada día se vuelve más visual por eso es importante tener palabras claves en el título, buscar la variedad e innovación, se necesita tener claridad y

apropiación del tema de lo que se quiere mostrar en las redes sociales y tener dominio de lenguaje al que se va a dirigir.

Interacción social

Es la manera en la que los seres humanos se comunican y se relacionan entre ellos. Hoy en día las redes sociales es un medio de comunicación efectiva, visto que interacción virtual ha aumentado, las marcas o la imagen de organizaciones se ha podido posicionar y reconocer en el mercado.

Se debe planificar de manera adecuada que es lo que se quiere comunicar, el mensaje tiene que ser claro y apropiado, no se debe mostrar información ambigua que confunda a sus seguidores y es importante tener creatividad, brevedad, relevancia, ingenio y capacidad de respuesta cuando un contenido es compartido, puesto que se tiene mayor alcance, gran visibilidad e indica que la gestión que se ejecuto ha funcionado de manera efectiva.

Posicionamiento de marca

Es lo que la marca aspira ocupar en la mente del consumidor, las entidades desean que los usuarios recuerden la imagen de su marca de manera positiva, también desean que las personas se sientan identificadas con cada una de las publicaciones. Las redes sociales se han considerado una herramienta importante y fundamental, ya que este es un medio masivo y los contenidos son observados por miles de personas.

Como primera alternativa a la hora de difundir una información, se debe conocer y orientar que es lo que al público le gusta, cuales son temas con el que

los usuarios responden favorablemente, se debe tener claridad de tema, ser constantemente activos y responder a los usuarios cada uno de los comentarios, con este fin se lograría fidelizar y darle reconocimiento a la marca, producto o servicio.

Recordación de marca

Es primordial saber identificar cuáles son los medios digitales que la audiencia utiliza con mayor frecuencia, para luego empezar a definir las características y valores de la marca para generar reconocimiento, se tiene que tener en cuenta cual es la experiencia emocional que se quiere provocar en los consumidores, para después analizar qué valor puede aportar la marca en el mercado, ser innovadores, tener facilidad y solución rápida a problemas.

Las entidades tienen como principal propósito enfocarse en que los clientes prioricen su marca, se sientan parte de la organización, y que por lo tanto reflejen la preferencia hacia el producto, se relacionen, identifiquen, asocien y recuerden uno o varios aspectos a la hora de comprar, por lo que se lograría conseguir aumentar las ventas favorablemente.

Comunicación efectiva

Es la capacidad de intercambiar información, relacionarse e interactuar de manera eficiente con el otro, saber transmitir un mensaje claro, conciso y entendible de modo que se cumpla el objetivo esperado por el emisor hacia el receptor, de manera que no se vaya a generar confusión o dudas o interpretaciones erróneas a sus interlocutores.

Para lograr una buena comunicación efectiva se requiere de ciertos elementos: escuchar bien y entender a los demás, tener claridad en el mensaje, comunicarnos de manera consistente, que exprese objetivamente lo que se quiere decir.

Acercamiento asertivo

Es uno de los pilares esenciales, ya que es un comportamiento social que favorece, influye y facilita la interrelación con las personas. Por medio de ello se permite informar y expresar libremente los sentimientos, deseos, opiniones y pensamientos, desde un punto de vista de una forma respetuosa, consciente, directa, equilibrada y congruente ante el interlocutor.

Por ello es la más recomendable a nivel personal u organizacional, puesto que minimiza el mal clima organizacional de la empresa, aumenta las relaciones interpersonales, evita que se cometa errores y favorece las metas propuestas en las organizaciones.

Metodología

Diseño de la investigación

Este trabajo se realizó bajo el enfoque cuantitativo, en la Revista de Ciencias Sociales Hernández, Fernández y Baptista la definen expresando:

Usa la recolección de datos para probar hipótesis con base a medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías (Hernández, et al., 2013,5).

Se puede afirmar que bajo el enfoque cuantitativo, la relación entre la teoría, la investigación y la realidad está basada en la coincidencia entre la percepción de la realidad del investigador reflejada en una hipótesis y la realidad como fenómeno para que se apruebe una teoría (Hernández, et al., 2013, 28).

Lo que se pretende obtener en este trabajo es medir qué tanto los usuarios tienen conocimiento frente a las redes sociales del periódico El Pulso y saber su opinión sobre sus contenidos y lenguaje utilizado.

Método

El método que se utilizó en este proyecto empresarial será descriptivo, dado que por medio de las respuestas de la audiencia, podremos ordenar y arrojar las cifras sobre la recordación del periódico y las opiniones para mejorar la calidad de contenidos para todos los usuarios.

Técnica

Se empleó la encuesta, ya que esta nos dará un resultado adecuado sobre que tanto la población conocen las redes sociales del periódico El Pulso y las posibles modificaciones que se realizaría respecto al lenguaje, que se deben de usar y que este sea apto para todo tipo de público.

Encuesta

Es una de las técnicas más utilizadas, permite que la información recolectada se pueda profundizar, analizar, indagar y obtener una información básica y fundamental, luego por medio de los resultados se llega puede llegar a la conclusión de las necesidades de los usuarios que es lo que ellos están pidiendo,

que se necesita modificar o mejorar para poder lograr a satisfacer cada uno de los aspectos.

Según García Ferrado como “una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Chiner, 1993,2).

Sondeo

La investigación a nivel de campo se inicia empleando la técnica conocida como sondeo. El objetivo del sondeo es aportar una primera impresión y descripción global de la realidad de un objeto de estudio de la zona seleccionada como área de trabajo. La información correspondiente se obtiene por medio de observaciones a nivel de campo, así como por entrevistas informales con los llamados informantes clave: personas que por su posición o características personales tienen un amplio conocimiento del área de trabajo o de ciertos aspectos de ella (Nieto, SF, 4).

Observación

Se indagaron los contenidos del sector salud de diferentes entidades para analizar cuantas publicaciones y temas realizaban en el día y en la semana, el tipo de encabezado, si las otras redes sociales era más recurrentes y obtenían likes por los usuarios, en cada información que se divulgaba.

Se podría pensar en la observación como un método de recogida de informaciones, pero la observación, además de un método, es un proceso rigurosos de investigación, que permite describir situaciones y/o contrastar hipótesis, siendo por tanto un método científico (Puebla, et al., 2010, 4).

Participantes

Este trabajo e investigación está enfocado al público externo del periódico El Pulso, en especial a la audiencia que usan las redes sociales de Facebook y Twitter, el grupo primario de esta encuesta se les realizará a 100 personas aleatoriamente.

Población

El conjunto de datos de los cuales se ocupa un determinado estudio estadístico se llama población y estás íntimamente ligado a lo que se pretende estudiar. No debemos confundir la población en sentido estadístico y la población es sentido demográfico. Los estadísticos

usan la palabra población para referirse no sólo a personas sino a todos los elementos que han sido escogidos para su estudio (Romero, 2008,11).

Muestra

La muestra estadística es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo; reflejando las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual indica que es representativa. Se dice que una muestra es representativa cuando reproduce las distribuciones y los valores de las diferentes características de la población, con márgenes de error calculables (Romero, 2008,15).

Análisis de resultados

Para saber el reconocimiento que tenía el periódico en las redes sociales, se hace una encuesta aleatoria a los usuarios que usan redes sociales. Los encuestados fueron 100 personas.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Encuesta

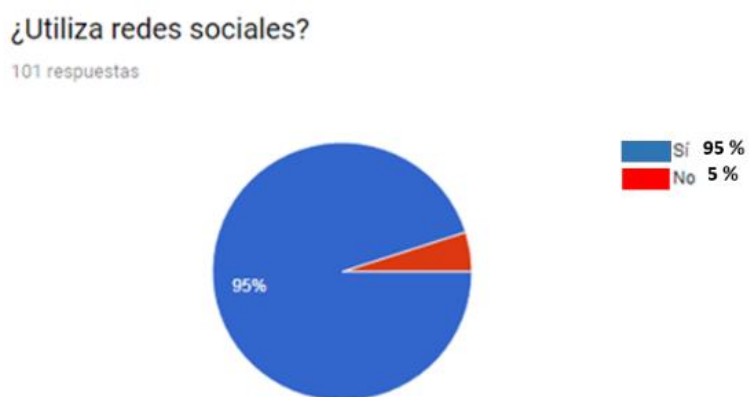


Ilustración 3: Encuesta, pregunta 1

¿Cuáles redes sociales utiliza?

99 respuestas

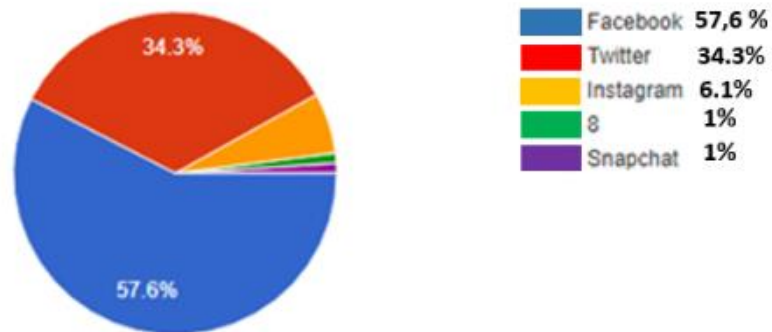


Ilustración 4: Encuesta, pregunta 2

Facebook y Twitter son los medios sociales que utiliza con mayor frecuencia los encuestados con un 57.6 % y un 34.3 % respectivamente.

¿A que horas del día frecuenta las redes sociales?

99 respuestas

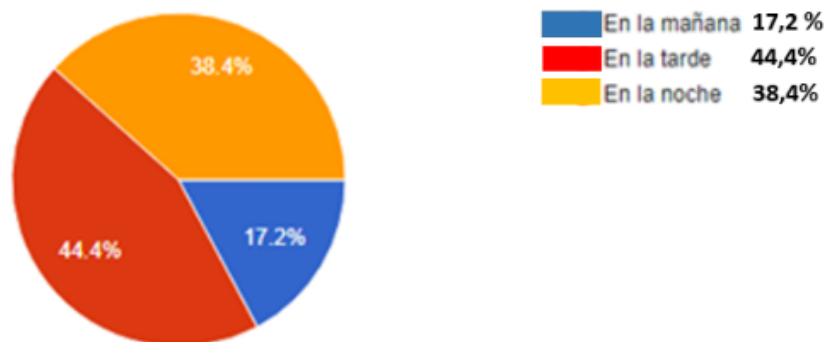


Ilustración 5: Encuesta, pregunta 3

¿Conoce usted el periódico El Pulso?

99 respuestas

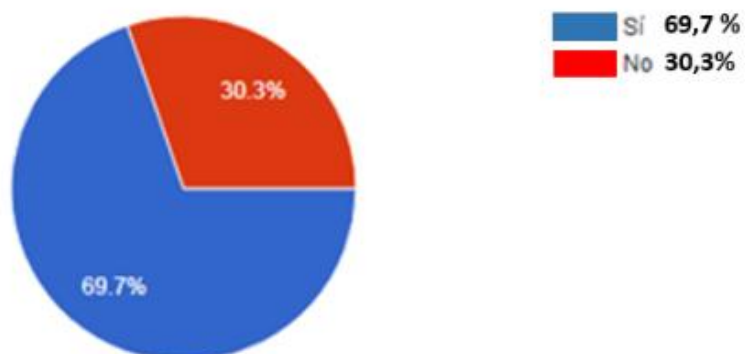


Ilustración 6: Encuesta, pregunta 4

Se puede observar que en el gráfico un 69.7 % de los encuestados responde que tiene conocimiento sobre el periódico El Pulso y un 30.3 % contesta que no conocen el Periódico.

¿Has visto contenidos del periódico El Pulso en alguna red social?

97 respuestas

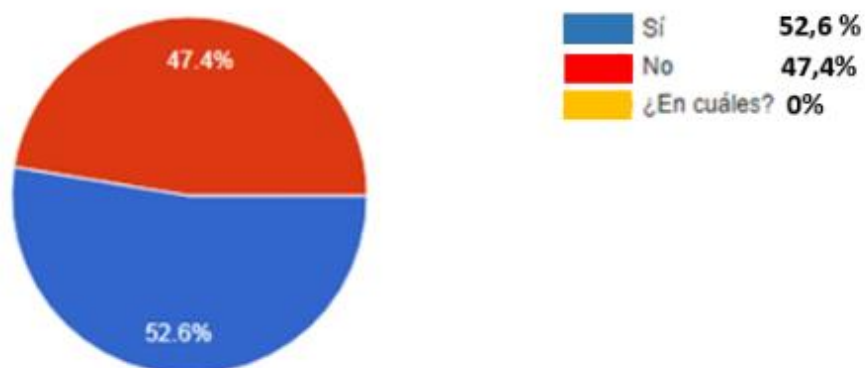


Ilustración 7: Encuesta, pregunta 5

El 52.6 % de la audiencia indica que han visto publicaciones en las redes sociales de Facebook y Twitter sobre el periódico El Pulso, y el 47.4 % señala que no han visto contenido en sus plataformas digitales.

¿Han sido de su interés e importancia estas publicaciones?

88 respuestas

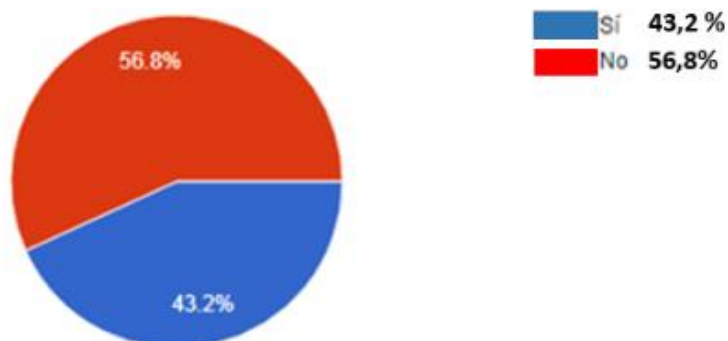


Ilustración 8: Encuesta, pregunta 6

Se evidencia que el público no encuentra relevancia en los contenidos publicados por el Periódico, con un porcentaje del 56.8 % negativo. Por esto se debe tener en cuenta otro tipo de publicaciones, que sean mucho más didácticos y se acople más al público, para que cada día se obtengan muchos seguidores y sea un público completamente satisfecho.

¿El vocabulario ha sido adecuado para el público?

89 respuestas

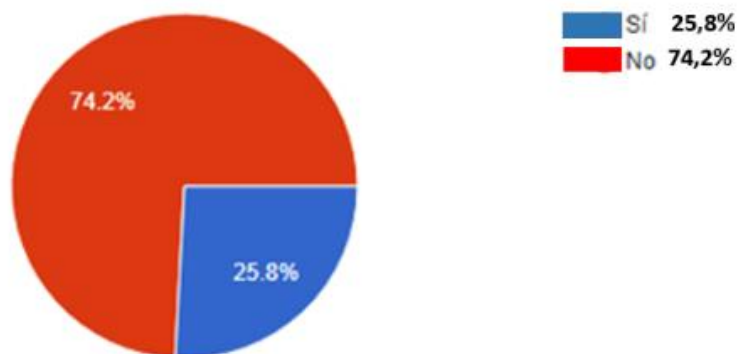


Ilustración 9: Encuesta, pregunta 7

Con esta pregunta los usuarios dan a entender que son pocas las personas que entienden el vocabulario que se utilizan en los contenidos del periódico El

Pulso, puesto que no todas las personas que siguen estas redes sociales entienden los términos técnicos y legislativos que manejan en la medicina.

¿Qué temas le gustaría ver en las redes sociales?
Temas más cotidianos que no sea únicamente para las personas dedicadas a la salud
Variedad
Temas más acordes para el público
Contenidos muy completos y verídicos
No conozco el periódico
Las publicaciones no se entienden
Son contenidos completos y competentes
Temas que sean del Hospital
Publicaciones solo para el sector de la salud
Tienen un lenguaje que no es acorde para todo el público y tienen palabras raras
No me interesa
Que tengan otro tipo de temas
Tienen temas que son pocos específicos y apropiados para las personas
Otro tipo de publicaciones que no sean solo de salud
No tengo claro algunos términos
Buenas notas sobre la salud
Son publicaciones que son de importancia para la comunidad, pero deberían de variar en los contenidos, que tengan más dinamismo
El vocabulario no es apto para el público
Creo que deberían poner más temas para todo tipo de personas

En total fueron 19 opiniones y las respuestas que dieron algunos de los usuarios con respecto a la red social del periódico El Pulso, dan a entender que se sienten descontextualizados y poco identificados con el lenguaje, puesto que

deberían de cambiar la metodología, y variar en sus contenidos puesto que deberían de ser mucho más didácticos para tener movimientos e interacción en la plataforma digital y llegar a obtener un resultado mucho eficaz y efectivo.

Descripción de tabla

Se realizó un seguimiento a diversas plataformas digitales del sector salud. El total fueron 5 entidades las revisadas. Las fecha de seguimiento fueron entre el 20 al 26 de mayo. Las categorías de análisis fueron:

Tipo de contenidos,

Temas que postean

Tipo de encabezado

Interacción con las audiencias

Estas categorías se eligieron para poder orientarnos en la propuesta de contenidos y con esto poder lograr aumentar los seguidores y likes en las publicaciones de El Pulso.

Estas son las entidades a las que se les hizo el seguimiento

Consalud.es

Es un medio de comunicación digital contiene temas del área de la salud de la actualidad que se vive en España, del mundo sanitario desde la perspectiva política, económica, profesional sanitaria, tecnológica y automática.

En sus redes sociales en semana realizan 7 publicaciones al día y los fines de semana 4, en el encabezado sacan un pequeño resumen de las noticias publicadas.

Hospital pablo Tobón Uribe

Es una institución que presta servicio de salud de alta complejidad enfocado hacia el aprendizaje y el mejoramiento continuo, en las redes sociales no son muy constantes en publicar puesto que publican 1 o 2 veces al día en la semana y en ocasiones no postean.

E.S.E Hospital La María

Es un Hospital de alta complejidad y son especializados en neumología, se destacan por tener una atención al cliente muy humanístico en todos sus pacientes. Se puede observar que no son muy constantes a la hora de realizar una publicación en sus redes sociales, los contenidos que postean son piezas creadas y diseñadas.

Clínica las vegas

Es una institución privada que atiende pacientes con alta complejidad, su principal objetivo es velar por el bienestar, seguridad y salud de sus pacientes, con altos estándares de calidad, calidez humana y responsabilidad social empresarial.

Sus contenidos son piezas creadas y diseñadas, son vídeos saludables, de lunes a miércoles postearon 2 publicaciones y el jueves y el sábado 1 publicación en el día y los domingos no realizan ningún tipo de publicación.

Ministerio de salud y protección

Se caracteriza por ser uno de los Ministerios actuales del poder ejecutivo de Colombia, sus Temas a tratar son relacionados con la salud pública, trabajo, asistencia social, población en riesgo y pobreza.

Los contenidos que postean en las redes sociales son vídeo de salud, crean y diseñan las piezas publicitarias, pero tienen una irregularidad puesto que no son constantes a la hora de publicar en semana son de 1 a 2 al día y los domingos no difunden ningún tipo de información.

Propuesta de contenidos para las redes sociales del periódico El Pulso

Es importante tener asesoramiento personal sobre cómo manejar las plataformas digitales y que la persona que esté a cargo de las redes sociales del periódico, realice una encuesta para saber cuáles son las necesidades de los seguidores o clientes, y los temas que les gustaría que postearan en las redes sociales de Facebook y de Twitter.

Luego del diagnóstico debe tener claro la segmentación del público al que se está dirigiendo, en este caso es al sector de la salud, escribir palabras claves que sean llamativos para los seguidores, aceptar las recomendaciones para mejorar en cada uno de los contenidos.

Para mejorar los contenidos del periódico El Pulso se deben generar nuevos contenidos didácticos, de este modo aumentar la visibilidad de la página web, el número de seguidores y de likes, de esta manera los usuarios obtendrían variación en las publicaciones.

Estas son algunas de las propuestas:

¿Sabías qué?

Empezar el día con un vaso de agua conseguimos que nuestro cerebro comience la jornada con más fuerza y nos sentimos más frescos, con más energía natural y más saludables.



Ilustración 10: Propuesta 1

Tomado de: <https://es.pinterest.com/edgarchavarro/cartelera/?lp=true>

¿Pregunta del día?

¿En la enfermedad de Diabetes algunas veces, no hay síntomas. Cuando los síntomas aparecen, suelen incluir sed o micción excesivas, fatiga, pérdida de peso o visión borrosa?

CÓMO SABER SI UNA PERSONA TIENE DIABETES

Los síntomas comentados antes pueden darnos una pista, pero es preciso confirmarlo a través de la determinación de **GLUCOSA EN SANGRE**. En las farmacias o en su Centro de Salud es posible medirlo en unos segundos, tras realizar una punción en el pulpejo del dedo para obtener una gota de sangre. Si el nivel de glucosa es alto o sospechoso hay que acudir urgentemente al médico, que debe confirmar el diagnóstico.

RECUERDA

Una persona que presente alguno de estos síntomas:

- sed intensa.
- necesidad de orinar frecuentemente, incluso por la noche.
- pérdida de peso sin causa aparente.
- dolor abdominal y vómitos.
- cansancio, visión borrosa.
- en los niños más pequeños también hay que tener en cuenta síntomas más inespecíficos como irritabilidad, decaimiento, incluso mojar la cama otra vez cuando ya controlaban esfínteres previamente.

PUEDEN TENER DIABETES

Para salir de dudas, basta hacer una prueba de glucosa en sangre.

CONOCE LOS SÍNTOMAS DE LA DIABETES

¿TU HIJO...?

- ...HA EMPEZADO A MOJAR LA CAMA OTRA VEZ?
- ...BIBE Y CRINA MÁS DE LO HABITUAL?
- ...PIERDE PESO Y ESTÁ MÁS CANSADO?

¡CUIDADO! PUEDE TENER DIABETES.

Consulta YA a tu pediatra o farmacéutico

www.fundaciondiabetes.org

Ilustración 11: Propuesta 2

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

¿Qué opinas?

Sobre los daños que ocasiona el consumo de tabaco puesto que este incrementa la mortalidad y la morbilidad por cardiopatía coronaria.

Daños que causa el tabaco en tí y en los tuyos

El consumo de tabaco es la causa de decenas de enfermedades y origina discapacidad en casi todos los órganos del cuerpo.

Diseño de Comunicaciones | Enero 2017

Dientes

- Enfermedad periodontal (Enfermedad de las encías, gingivitis, periodontitis).
- Dientes sueltos y pérdida de dientes.
- Caries de la superficie de la raíz y placa.
- Decoloración y manchado.

Cerebro y psique

- Accidente cerebrovascular.
- Adicción / Abstinencia.
- Alteración de la química del cerebro.
- Ansiedad acerca de los efectos de salud.

Boca y garganta

- Cáncer de labio, boca, garganta, laringe y faringe.
- Dolor de garganta.
- Deterioro del sentido del gusto.
- Mal aliento.

Pulmones

- Cáncer de tráquea, bronquios y pulmón.
- Enfermedad pulmonar obstructiva crónica (EPOC) y enfisema.
- Bronquitis crónica.
- Infección respiratoria (Gripa, neumonía, tuberculosis).
- Asma.
- Tos crónica, producción excesiva de flema.
- Fatiga o desaliento.

Corazón

- Trombosis coronaria (ataque cardíaco).
- Aterosclerosis (daño y oclusión de los vasos coronarios).

Tronco y sistema digestivo

- Cáncer de esófago, gástrico, colon, recto y páncreas.
- Aneurisma de la aorta abdominal.
- Úlcera péptica en esófago, estómago y duodeno.
- Aumento del riesgo de cáncer de mama.

Higado

- Cáncer de hígado.

Reproducción femenina

- Cáncer de cuello uterino y de ovario.
- Insuficiencia ovárica prematura.
- Menopausia temprana.
- Reducción de la fertilidad.
- Menstruación dolorosa.

Reproducción masculina

- Cáncer de próstata.
- Infertilidad (deformidad espermática, pérdida de motilidad y número reducido de espermatozoides).
- Impotencia.

Otros

Diabetes

Muerte súbita

Heridas y cirugía

- Alteración en la cicatrización de heridas.
- Mala recuperación posquirúrgica.
- Quemaduras.
- Incendios causados por los cigarrillos.

Sistema urinario


- Cáncer de vejiga, riñón y uretra.

Sistema esquelético

- Cáncer de médula ósea.
- Osteoporosis.
- Susceptibilidad a fracturas de cadera.
- Problemas de espalda.
- Artritis reumatoide.


Piernas y pies

- Enfermedad vascular periférica.
- Pies fríos y dolor en las piernas.
- Gangrena.
- Trombosis venosa profunda.




Sistema circulatorio

- La enfermedad de Buerger (inflamación de las arterias, venas y nervios en las piernas).
- Leucemia mieloide aguda.




Nariz

- Cáncer de las cavidades nasales y senos paranasales.
- Rinosinusitis crónica.
- Disminución del sentido del olfato.




Pelo

- Mal olor y decoloración.




Ojos

- Cataratas.
- Ceguera (degeneración macular).
- Picazón, lagrimeo excesivo y parpadeo.



Oídos

- Pérdida auditiva.
- Infección de oído.



Manos

- Enfermedad vascular periférica.
- Malta circulación (dedos fríos).
- Dedos manchados.






Ilustración 12: Propuesta 3

Tomado de: Ministerio de Salud

Crucigrama

Se implementaría una plataforma digital para las redes sociales de Facebook y Twitter de El Pulso, en donde los seguidores podrán divertirse por medio de un crucigrama con tan solo dar un clic se abrirá el archivo online y empezarán a realizarlo, es una manera didáctica y efectiva de tener un acercamiento y además los usuarios podrán interactuar.

Pasa tiempos

Se elaboraría una sopa de letras y por medio de este juego de palabras podrán ayudar a ejercitar la mente, también se tendrá diversidad de temas donde los usuarios tendrán diversidad de temáticas además tendrán la opción de jugarlo online o imprimirlo.

Conclusiones

- Es prioritario crear ideas innovadoras para mejorar los contenidos, puesto que a la hora de realizar este trabajo se puede detectar que en las redes sociales del El Pulso, los seguidores no interactúan, no comentan y los contenidos no tienen un número alto de likes.
- Los contenidos para las redes sociales deben tener gran diversidad debido a que si son publicaciones actualizadas, atractivas y relevantes para el público pueden tener la posibilidad de tener aceptación por parte de la audiencia. Esto, sin olvidar que la prioridad del Periódico es la de informar sobre temas y noticias de salud, pero logrando una balanza en la presentación de contenidos se podría tener una mayor aceptación por parte de la comunidad.
- A medida que pasa el tiempo las herramientas digitales se han posicionado de manera considerable, puesto de que las personas día a día hacen uso de ellas, por esto es importante que el periódico El Pulso tenga una interacción con el público. Se invita entonces a proponer contenidos que llamen a la acción a los seguidores para lograr un mayor engagement.

Recomendaciones

- Aumentar las publicaciones de las redes sociales de Facebook, pasar de 2 al día, a 4.
- Mejorar el encabezado de las publicaciones de las redes sociales del periódico El Pulso, debido a que tienen términos desconocidos que la audiencia no comprende. Se invita a hacer encabezados más llamativos y no necesariamente, utilizar el mismo encabezado de la noticia en su versión del Periódico.
- Tener contenidos didácticos relacionados con temas de salud, que su enfoque no sea solo sobre noticias. Combinar la publicación de noticias con otro tipo de publicaciones relacionadas con el sector salud pero presentadas en diferentes formatos y propuestas como: concursos, juegos, webinars, infografías, animaciones.

Referencias

Barragán, L.M. (2014). *Estrategia con Medios de Comunicación y Medios 2.0 a nivel Nacional y Departamental y Distrital para acompañar la Estrategia PASE a la Equidad en Salud*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Benguría, S, Martín, B. y Valdés, M.V. (2008). Métodos de Investigación en Educación Especial Recuperado de: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/Observacion_trabajo.pdf

Castañeda, L. (2010). *Aprendizajes con redes sociales: tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD-Eduforma.

Chiner, E. (1993). *Investigación descriptiva mediante encuestas*. Recuperado de: <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>

Del Canto, E. Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales* (Cr), 3(141), 25-34. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/153/15329875002.pdf>

GuíaSalud.es (2011). *GuíaSalud en las redes sociales: guía de usos y estilo*. Madrid: Biblioteca de guías de práctica clínica del Sistema Nacional de Salud. Recuperado de: http://www.guiasalud.es/contenidos/documentos/Participacion/GS_redes_sociales.pdf

González, R y Salazar, F. (2008). Aspectos Básicos del Estudio de Muestra y Población Para La Elaboración de los Proyectos de Investigación. Trabajo de grado. Cumaná: Universidad de Oriente Recuperado de:

<http://recursos.salonesvirtuales.com/assets/bloques/Raisirys-Gonz%C3%A1lez.pdf>

Mejía, J.C. (2015). *La Guía del Community Manager*. Madrid: Anaya.

Nieto, S. Sondeos y muestreos (SF). Universidad Israel. Recuperado de:

<https://es.scribd.com/doc/34444520/El-Sondeo-y-Muestreo>