

**ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO  
EL PULSO: PERIÓDICO PARA EL SECTOR DE LA SALUD  
HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAÚL**

**JÉNIFFER ANDREA MARÍN JARAMILLO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)  
2010**

**ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO CONTINUO  
EL PULSO: PERIÓDICO PARA EL SECTOR DE LA SALUD  
HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAÚL**

**JÉNIFFER ANDREA MARÍN JARAMILLO**

**Informe de práctica empresarial para optar el título de Comunicadora y  
Periodista**

**ASESOR  
VÍCTOR JAIME VARGAS  
ESPECIALISTA EN ALTA GERENCIA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)  
2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios por permitirme culminar mi carrera con altas expectativas.

Al Doctor Julio Ernesto Toro Restrepo, Director General del Hospital Universitario San Vicente de Paúl por la oportunidad otorgada para ingresar a un lugar tan humano en el que se puede aprender mucho.

A Diana Cecilia Arbeláez, Directora comercial del Periódico El Pulso por las múltiples enseñanzas laborales y humanas.

A mi familia.

## GLOSARIO

**COMUNICACIÓN:** Genéricamente “comunicación” es la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro, u otros, informaciones, sentimientos y vivencias. Más concretamente, la comunicación es la transferencia de un mensaje, de un emisor a un receptor. El modelo Shannon-Wiener, que se dio a conocer a finales de los años 40, introdujo los conceptos de “cantidad de información”, “fuente”, “canal”, “ruido” y “retroalimentación” (feedback)<sup>1</sup>

**HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAÚL:** Es una institución privada sin ánimo de lucro que presta servicios de salud con énfasis en la atención del paciente de alta complejidad, se encuentra ubicado en el barrio Sevilla de la ciudad de Medellín y es una de las instituciones de salud más grandes de Colombia. En él se prestan servicios de salud de alta complejidad, se forma talento humano y se realiza investigación médica de alto nivel. Es el centro Hospitalario y docente más importante del Departamento de Antioquia.<sup>2</sup> La nueva marca es “Hospital Universitario de San Vicente Fundación”

**MEJORAMIENTO CONTINUO:** L.P. Sullivan (1994), define el Mejoramiento Continuo, como un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de la organización a lo que se entrega a clientes.

**OREJITAS:** En el contexto del periódico El Pulso, son textos de máximo 8 líneas que por lo general, deben resumir la información de varias noticias sin perder información importante. Para cada edición, se realizan entre 30 y 40 orejas.

**PERIÓDICO EL PULSO:** Medio alternativo enfocado al sector salud y fundado por el Dr. Julio Ernesto Toro Restrepo el 22 de mayo de 1998 en el Hospital Universitario San Vicente de Paúl.

---

<sup>1</sup> Gestión de Empresas, Comunicación Interna, Publicaciones Vértices S. L, Editorial Vértice, Tema 1. La Comunicación Interna en la empresa, España, 2008.

<sup>2</sup> Boletín de prensa Ministerio de la Protección Social (Noviembre 28 de 2006). “Revelan lista de los 100 mejores hospitales del país”

## **RESUMEN**

Con 12 años de existencia, el periódico "El Pulso" es un medio de comunicación dirigido a la parte asistencial y administrativa del sector salud a través de una cobertura nacional con 10.000 ejemplares mensuales.

Además de brindar información pertinente y actualizada, El pulso realiza otras actividades dentro y fuera del Hospital Universitario San Vicente de Paúl que están relacionadas con el mercadeo, la publicidad y algunos asuntos organizacionales del hospital.

Este proyecto es el resultado de un análisis exhaustivo de las actividades realizadas en una de las dependencias del Hospital Universitario San Vicente de Paúl.

Posterior al análisis, surgieron unas propuestas que durante estos seis meses de práctica y de ahora en adelante, serán útiles al área para mejorar la calidad de las actividades realizadas.

**Palabras clave:** Comunicación, Periódico, Hospital, mejoramiento continuo.

## **ABSTRACT**

With 12 years of existence, "El Pulso" newspaper is a communication médium directed to the welfare and administrative part of the health sector across a national coverage with 10.000 monthly copies.

Beside offering pertinent and updated information, El Pulso realizes other activities inside and out of the Hospital Universitario San Vicente de Paúl that are related to the marketing, the advertising and some organization's matters.

This project is the result of an exhaustive analysis of the activities realized in one of the dependences of the institution.

Later to the analysis, arose a few offers that during these six months of practice and from now on, will be useful to the area to improve the quality of the realized activities.

**keywords:** Communication, Newspaper, Hospital, Constant improvement.

## CONTENIDO

	Pág
INTRODUCCIÓN	8
1. OBJETIVOS	9
1.1. OBJETIVO GENERAL	
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
2. JUSTIFICACIÓN	10
2.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO	11
2.2 IMPACTO SOCIAL	
3. MARCO	TEÓRICO
12	
3.1 COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN	
3.2 EL PAPEL Y EL LUGAR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD	
<b>3.3 PERIODISMO ESPECIALIZADO EN SALUD</b>	
<b>13</b>	
3.4 HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAÚL	
3.4.1 DIRECTRICES ESTRATÉGICAS	
3.5 MEJORAMIENTO CONTINUO	14
3.5.1 IMPORTANCIA DEL MEJORAMIENTO CONTINUO	15
3.5.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MEJORAMIENTO CONTINUO	
3.5.2.1 VENTAJAS	
3.5.2.2 DESVENTAJAS	
4. METODOLOGÍA	
16	
4.1 DEFINICIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERIÓDICO EL PULSO	
4.2 PRIMERAS OBSERVACIONES	20
4.3 COMENZANDO A ACTUAR	
4.4 MATRIZ DOFA PERIÓDICO EL PULSO	21
5. RESULTADOS	23

## INTRODUCCIÓN

Los romanos hacían “actas públicas” o tablones en los muros para informar al pueblo, los griegos usaban el ágora como su espacio de comunicación y entretenimiento y en la Edad Media, los mercaderes hacían avisos o folios a mano. Pero en el siglo XV, con la invención de la imprenta, llegó el periódico, ese medio que aún vive y que nos brinda posibilidades infinitas de observar aquello que nos interesa una y otra vez.

La comunicación como uno de los ejes centrales de las organizaciones recurre a diversos medios de comunicación para mantener un adecuado clima organizacional y una buena relación con los públicos internos y externos que pueda tener.

La prensa es uno de esos medios y en organizaciones que se realizan labores específicas, se hace necesario que dichos medios estén especializados en su lenguaje, sus temáticas y sus personas involucradas.

Fue así como surgió “El Pulso”, un periódico de cobertura nacional que está enfocado en el sector de la salud.

Dentro del Hospital Universitario San Vicente de Paúl, el área de “El Pulso” trasciende de ser el medio de comunicación y se convierte en un espacio encargado de muchas funciones más dentro de la organización, pues además de la constante búsqueda de información y redacción, el equipo de trabajo que lo conforma es amplio y deben desempeñarse también en actividades como los programas “Hospital y tu institución” y “Sábados del Hospital”, la venta y facturación de libros médicos, el acompañamiento a eventos de la salud realizados en la ciudad, la autorización e información para los visitantes de laboratorios al hospital y el contacto con diferentes empresas para establecer publicidad en el periódico.

Con la realización de diversas actividades, pueden surgir algunas fallas que pueden ocasionar que la calidad de la organización, o en este caso, del área “El Pulso” disminuya.

Para enfrentar esto, este proyecto propone algunas estrategias de mejoramiento continuo que pueden llegar a solucionar algunas de las debilidades encontradas.

## **1. OBJETIVOS**

### **1.1 OBJETIVO GENERAL**

- Establecer estrategias de mejoramiento continuo en las áreas comercial, editorial y de actividades de rutina en el proceso del periódico El Pulso en el Hospital Universitario San Vicente de Paúl.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las funciones ejercidas en las áreas comercial, editorial y de actividades de rutina del periódico El Pulso en el Hospital Universitario San Vicente de Paúl.
- Analizar los diferentes procedimientos para la realización de actividades del periódico El Pulso.
- Determinar debilidades que se presentan en la realización de actividades del periódico El Pulso.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

Los comunicadores y periodistas somos gestores de la comunicación en medio de los ambientes organizacionales y mediáticos porque poseemos conocimientos y habilidades que nos permiten además de diagnosticar, proponer y solucionar necesidades de comunicación en las organizaciones en donde nos desempeñamos.

Toda organización, sin importar su razón social o tamaño, tiene diferentes aspectos que definen su desempeño dentro y fuera de la misma.

Las áreas o dependencias funcionan de la misma manera, pues llevan a cabo ciertas funciones y tienen la responsabilidad de ir mejorando porque hacen parte de otra parte más grande en la que se verá reflejado su trabajo.

En el caso del Periódico El Pulso, como parte del Hospital Universitario San Vicente de Paúl, es necesario entonces evaluar y diagnosticar las actividades realizadas para proponer e implementar estrategias que permitan mejorar la calidad en el desempeño, pues como medio de una Institución de salud, debe velar por la imagen y el posicionamiento de la misma a través de sus objetivos formativo, informativo, integrador y educativo.

## **2.1 IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO**

Durante las diferentes actividades realizadas en el periódico El Pulso, fueron aplicados conocimientos adquiridos en las asignaturas comprendidas en el programa de Comunicación y Periodismo como Expresión escrita, Comunicación organizacional I, Publicidad y Mercadeo, Comunicación digital y Periodismo Informativo.

Las herramientas de las nuevas tecnologías que fueron conocidas durante el desarrollo de las asignaturas facilitaron en gran medida las labores que debía realizar como practicante.

Además de las múltiples herramientas virtuales, fue necesario el aprendizaje del manejo de otras aplicaciones y plataformas como el intranet del Hospital Universitario San Vicente de Paúl "Rondanet" y una plataforma para la facturación de los libros de la editorial del Hospital.

## **2.2 IMPACTO SOCIAL**

Los asuntos tratados en El Pulso son concernientes no sólo a la parte administrativa y asistencial del sector salud, sino a todos los seres humanos porque de alguna manera están involucrados positiva o negativamente con los hechos y las decisiones tomadas en este ámbito.

Al tratarse de un medio de comunicación con un funcionamiento desde una Institución de salud, existe el deber de velar por la imagen y el posicionamiento de la misma a través de sus objetivos formativo, informativo, integrador y educativo.

## MARCO TEÓRICO

### 3.1 COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

La comunicación es para la empresa el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano: permite que la sangre, que en este caso es la información, llegue a todos los rincones del cuerpo y les proporcione el oxígeno necesario para su sano funcionamiento, y por lo tanto, para la supervivencia misma del sistema. Si no hay una buena irrigación, sobrevendrían enfermedades que llevarán finalmente a la muerte.<sup>3</sup>

Cada vez más, un periodista puede trabajar de publicista y al revés. Un realizador de anuncios de televisión puede dirigir una película al tiempo que colabora con una revista y asesora sobre las comunicaciones que debe efectuar un nuevo negocio. Los profesionales que más conocen otras áreas son posiblemente los que más riqueza pueden aportar a su trabajo.<sup>4</sup>

*“Por eso me refiero a comunicador, porque es un término que va más allá del ser periodista (ya no sirve sólo para conocer los entresijos del periodismo), del ser publicista (no se va a ninguna parte si sólo se sabe hacer anuncios) o del ser relaciones públicas. Hoy parece más razonable hablar de la profesión de comunicador, con una base común de conocimiento y diferentes áreas de especialización”<sup>5</sup>*

### 3.2 EL PAPEL Y EL LUGAR DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD

Las reflexiones sobre los medios de comunicación se centran tradicionalmente en la capacidad de las instituciones mediáticas y de las tecnologías de comunicación de desempeñar un papel en la democratización de las sociedades, en la creación de una esfera pública a través de la cual las

---

<sup>3</sup> ANDRADE, Horacio, Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica, Serie Comunicación Empresarial, España, Edición en español Netbiblo S.L. 2005

<sup>4</sup> FERNÁNDEZ LÓPEZ, Sergio, Cómo gestionar la comunicación en organizaciones públicas y no lucrativas, Guías para la formación, pág 16, Editorial Narcea, España, 2007.

<sup>5</sup> *Ibíd* pág 16

personas pudieran participar en asuntos cívicos, en el realce de la identidad nacional y cultural, en la promoción de la expresión y el diálogo creativos.<sup>6</sup>

### **3.3 PERIODISMO ESPECIALIZADO EN SALUD**

El periodismo especializado en salud es la presentación de la información sanitaria en la prensa y los medios electrónicos. Se calcula que cerca de una cuarta parte de todos los artículos de los periódicos en los Estados Unidos incluyen algún aspecto de la salud. En encuestas realizadas en este país se determinó que había 25 veces más probabilidades de que los entrevistados identificaran a los medios como fuente de información sobre el SIDA que a los médicos.<sup>7</sup>

### **3.4 HOSPITAL UNIVERSITARIO SAN VICENTE DE PAÚL**

La historia de El Hospital Universitario San Vicente de Paúl, se remonta a 1912, cuando un grupo de filántropos antioqueños gestaron la idea de construir un hospital. Don Alejandro Echavarría Isaza mostró desde un comienzo gran entusiasmo por esta iniciativa y decidió liderar este proyecto con todo su empeño; así lo comunicó a sus hijos a principios de 1913, estando su esposa gravemente enferma.

Desde ese momento se dedicó, con todo el espíritu emprendedor que le caracterizaba, a motivar a toda la sociedad de la época para que sacaran adelante aquella causa, que contó con el apoyo de la Iglesia, de los industriales, de la intelectualidad de la época y del conocimiento médico que había alcanzado la Escuela de Medicina de la Universidad de Antioquia, creada desde 1871.

#### **3.4.1 DIRECTRICES ESTRATÉGICAS**

Se refieren a las áreas claves para pasar de la situación actual de la empresa a la situación deseada, es decir, son los temas más relevantes que apuntan directamente hacia el logro de la Visión. En general, expresan lo que se quiere lograr y para qué, sin hacer alusión a cifras.

---

<sup>6</sup> Fragmento de Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. C & F Éditions, 2005

<sup>7</sup> COE, Gloria A, Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui, Septiembre de 1998, Chasqui 63, Comunicación en Salud- Comunicación y Promoción de la salud

1. Obtener el mayor rendimiento económico a través del mejoramiento continuo de los procesos de alta complejidad con productos diferenciados e innovadores.
2. Alcanzar estándares superiores de calidad, centrados en el paciente y el mejoramiento continuo.
3. Consolidar un sistema integrado de información para apoyar las actividades clínicas, técnicas, de gestión y de investigación y docencia.
4. Fortalecer el posicionamiento de la Institución.
5. Propiciar el desarrollo integral de los colaboradores y garantizar la permanencia del personal crítico para generar ventajas competitivas.
6. Responder al compromiso de la Institución con los pacientes de bajos recursos y con los públicos relacionados.
7. Optimizar los recursos para generar mayor rentabilidad<sup>8</sup>

### 3.5 MEJORAMIENTO CONTINUO

<sup>9</sup>Mejorar un proceso significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso.

Se habla entonces de un esfuerzo para aplicar mejoras en cada área de la organización a lo que se entrega a clientes y a una oportunidad para contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización.

*“El mejoramiento continuo es el secreto para mantener satisfecho al cliente. El mejoramiento claro, coherente y sistemático es necesario para demostrar que el objetivo estratégico del negocio es la satisfacción del cliente, y no un programa de corto plazo. Con demasiada frecuencia, los empleados, los funcionarios y los clientes mismos se han visto envueltos en el entusiasmo y el interés que, a la larga, se desvanecía sin dejar efectos perdurables. El*

---

<sup>8</sup> Hospital Universitario San Vicente de Paúl, Acerca del Hospital, Historia, [http://www.elhospital.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=46&Itemid=60](http://www.elhospital.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=60)

<sup>9</sup> HARRINGTON, H. James. (1993). Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México.

*aumento de la satisfacción del cliente debe ser la prioridad del negocio a largo plazo”<sup>10</sup>*

### **3.5.1 IMPORTANCIA DEL MEJORAMIENTO CONTINUO**

Con la aplicación del mejoramiento continuo se puede contribuir a mejorar las debilidades y apoyar las fortalezas de la organización para lograr una mayor productividad y competitividad en el mercado.

Para esto, la organización debe analizar los procesos utilizados para mejorar o corregir cualquier inconveniente.

### **3.5.2 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MEJORAMIENTO CONTINUO**

#### **3.5.2.1 VENTAJAS**

- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
- Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Permite eliminar procesos repetitivos.

#### **3.5.2.2 DESVENTAJAS**

- Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
- Puede ser que los directivos de la organización sean muy conservadores y el mejoramiento continuo se haga un proceso muy largo.
- Puede necesitar inversiones importantes.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las

---

<sup>10</sup> Manual de AMA para la satisfacción del cliente, Capítulo 14, Página 247, Ediciones Granica S.A, Buenos Aires- Argentina, 1994

organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse.

Teniendo en cuenta esto, es fundamental realizar una matriz DOFA que permita analizar la situación de El pulso para identificar los aspectos positivos y los aspectos por mejorar.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **4.1 DEFINICIÓN DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL PERIÓDICO EL PULSO**

##### **Búsqueda de eventos**

En el momento de comenzar la práctica, es entregada una base de datos de sitios web en donde se publican eventos del sector de la salud. Esta información es utilizada para alimentar la sección “Eventos del sector Salud” de El Pulso.

Dentro de esta sección, aparece el nombre del evento, lugar de realización, fecha e informes.

##### **Elaboración de archivo de prensa**

Se trata de una recolecta de noticias del sector de la salud que se hace a través de medios impresos y virtuales.

Para cada noticia se debe indicar en un formato el medio de comunicación del que salió, la fecha de publicación, el nombre de la sección y la página del medio.

Todo es guardado en una carpeta que es mostrada a la editora del periódico 15 días después de cada publicación para decidir con cuáles se trabajará en la próxima edición y con cuáles no.

- **Redacción de “orejas” y artículos**

Las orejas son artículos de máximo 8 líneas y que por lo general, deben resumir la información de varias noticias sin perder información importante.

Para cada edición, se realizan entre 30 y 40 orejas.

Los artículos breves son artículos de hasta 4 párrafos. Todo depende de las indicaciones de la editora.

Tanto para orejas como para artículos breves, se deben buscar las fotografías más pertinentes y no tengan problemas de derechos de autor.

- **Elaboración del consecutivo**

El consecutivo es un archivo donde se recopilan todos los títulos de los artículos publicados en cada edición, excluyendo publicidad y orejas.

- **Búsqueda de eventos para distribuir el periódico**

Teniendo en cuenta los eventos publicados en la sección “Eventos sector salud”, se debe contactar a algunos organizadores de eventos para

proponerles un canje sobre la distribución de un número determinado de ejemplares a cambio de haber publicado información sobre evento en dicha sección.

- **Distribución del periódico**

Tomando como base las diferentes bases de datos, destinadas a dos empresas de mensajería y otra destinada a la dependencia "Archivo" del Hospital, se realiza el procedimiento de entrega del periódico después de que este llegue de El Tiempo, entidad encargada de la producción en serie. Para esta distribución, se imprimen unas etiquetas en stickers usados para marcar cada ejemplar.

- **Visitadores médicos**

Los visitadores médicos son representantes de laboratorios médicos que ingresan al Hospital para dar a conocer los productos ofrecidos por su empresa. Para esto es necesario un carné.

Lo que hace El Pulso en este caso es informar a los visitadores sobre el procedimiento para diligenciar el carné. Lo primero, es recibir de los visitadores una carta con el logotipo del laboratorio, nombre y documento de identificación para autorizarlos a través de una firma para que continúen el procedimiento de expedición del carné. A través de una guía escrita, se da instrucciones a cada visitador para que le sea permitido su ingreso al Hospital.

- **Venta de libros de la editorial del Hospital Universitario San Vicente de Paúl**

El Pulso está encargado de la venta y facturación de 8 libros de la editorial del Hospital. Dicha venta se hace durante los horarios de oficina y durante eventos importantes del sector de la salud.

- **Participación en eventos del sector salud**

Estos eventos son organizados por el mismo Hospital y cuentan con un stand del mismo en donde se ubica alguien del área de mercadeo y alguien de El Pulso para distribuir algunos obsequios, dar información pertinente sobre el Hospital y entregar periódicos gratuitamente.

- **Sábados del Hospital**

Son conferencias de diversas temáticas realizadas los sábados de 8 am a 11 am en el Auditorio del Hospital. El ingreso tiene un costo de 6.000 pesos y para los integrantes del Hospital es gratuito.

Lo que hace El Pulso es distribuir periódicos, darle información sobre el medio y ofrecer los libros de la editorial del Hospital.

Esta tarea es realizada por las dos practicantes, distribuyendo los días equitativamente y teniendo la posibilidad de intercambiar esas horas de asistencia del sábado por otras horas en el transcurso de la semana.

- **Facturación de publicidad**

Al llegar cada edición, se hace un rastreo de toda la publicidad existente en el periódico. Para cada entidad pautante, se realiza una factura equivalente al tamaño y los colores del anuncio. Cada factura es acompañada de una edición impresa del periódico.

- **Periódico mural**

Es un espacio ubicado cerca al restaurante principal del Hospital en donde se hace un resumen de noticias publicadas en el periódico. Para alimentarlo, se publica allí la noticia principal y tres orejas ubicadas en la primera página del periódico.

### **Programa “El Hospital y tu institución”**

“El Hospital y tu institución” es un espacio para integrar a las instituciones educativas de la ciudad con el Hospital a través de una serie de conferencias y visitas en las que se tratan temas de interés para los jóvenes estudiantes.

Siendo así, lo que hace El Pulso es coordinar todo el programa mediante la realización de contacto con las instituciones educativas. Esto a través de llamadas y correos electrónicos.

Posteriormente se confirman las visitas, se realiza un cronograma, se organiza la respectiva charla con los expositores y en el día de la visita al Hospital, se les da a los estudiantes un recorrido por el lugar.

Al finalizar, se aplica una encuesta que califica las diferentes actividades realizadas durante la visita.

Esta actividad es función de la otra practicante de El Pulso.

## **4.2 PRIMERAS OBSERVACIONES**

- Las funciones como practicante del periódico son diversas y trascienden de la redacción. Hay mucho que aprender.
- Los procedimientos para las actividades están bien definidos y hay un orden en los roles de cada integrante de la dependencia.
- El clima organizacional es muy positivo y calmado.
- Se presentan algunas llamadas de reclamos por usuarios insatisfechos a quienes no les llega el periódico.
- Durante el primer mes no se realiza alguna visita para el programa del Hospital y tu Institución.
- La cantidad de libros del Hospital existentes en la bodega de El Pulso no coincide con el inventario establecido en el sistema del Departamento Comercial.

-Anteriormente, las practicantes no escribían muy a menudo para el periódico y las funciones se estaban limitando sólo a la parte comercial del periódico. Aunque el archivo de prensa era realizado, no había un apoyo definido hacia la parte editorial.

## **4.3 COMENZANDO A ACTUAR**

Al no recibir un empalme o instrucciones por parte de la practicante anterior, el reconocimiento de las actividades fue un proceso más complicado porque quien de alguna manera me mostró lo que debía hacer más específicamente, fue la otra practicante, quien sólo se encargaba del programa “El Hospital y tu Institución”.

Sin embargo, decidí indagar con mi jefe que hacer frente a los inconvenientes que se iban presentando, pues varios asuntos que observé cuando llegué, estaban en desorden.

Entre mis objetivos, planeé identificar las actividades realizadas en El Pulso y posteriormente, analizar los procedimientos para ejecutar dichas actividades. Para ello, definí cada actividad realizada en El Pulso y construí una matriz DOFA en donde manifesté lo que encontré cuando llegué a realizar la práctica.

#### **4.4 MATRIZ DOFA PERIÓDICO EL PULSO**

##### **Debilidades**

- Se presentan reclamos constantes de suscriptores a quienes no le llegan los ejemplares cada mes.
- Ausencia de un empalme adecuado por parte de la practicante anterior a al practicante nueva, lo que puede generar confusión y errores en la distribución el periódico y las bases de datos de suscriptores.
- Desorden en el inventario de libros de la editorial del Hospital al no encontrarse ubicados en un solo lugar.
- El periódico mural no se encuentra en buen estado.
- No hay un control de la finalización de la suscripción ara los usuarios y desde hace varios meses, se enviaban ejemplares sin hacer una renovación de suscripción respectiva, lo que genera pérdidas para el periódico.
- Se presentan algunos inconvenientes con las empresas de mensajería encargadas de la distribución del periódico.

##### **Fortalezas**

- Personal adecuado y calificado para los diferentes roles que se deben asumir en la elaboración de un periódico.
- Existe un grupo de periodistas y colaboradores conocedores del tema de la salud y de su problemática actual.
- Redacción analítica de textos a través de información que genera mayor expectativa de lectura.
- Información bien establecida sobre las pautas en el periódico.
- Bases de datos organizadas y separadas por empresa e mensajería.
- Interés de los lectores en la participación de artículos para el periódico
- El periódico tiene una versión virtual que registra 60.000 visitas al mes.
- El periódico publica 10.000 ejemplares mensuales que son distribuidos a nivel nacional.

### **Amenazas**

- El posible surgimiento de otros medios alternativos dirigidos al sector de la salud.
- Disminución de la pauta publicitaria en el periódico.

### **Oportunidades**

- 12 años de existencia en medio de una entidad reconocida en el sector de la salud.
- Es el único medio de comunicación impreso especializado en salud.
- Tiene un alto posicionamiento dentro del gremio de la salud y las entidades gubernamentales.

## 4. RESULTADOS

Los resultados son propuestas o estrategias de mejoramiento continuo que aparecen después de un análisis de las actividades realizadas en El Pulso.

- Frente a la inconformidad de algunos suscriptores, se realizó una reorganización en la información de El Pulso para incluir a quienes habían consignado el valor de la suscripción y aún no pertenecían a ninguna base de datos.

- Frente a la ausencia de renovaciones de las suscripciones, surgió una propuesta para la directora comercial del periódico de hacer una actualización. Encontré un mecanismo que se debía haber usado para controlar el asunto, pero que desde hacía 6 meses no era aplicado. Tomando la base de datos total de aquellos datos de suscriptores cuya vinculación había terminado, inicié una depuración por meses para enviarles el formato de renovación hasta la fecha vigente.

-Luego de varias investigaciones, fueron atribuidos a las empresas de mensajería varios errores con los envíos, entre ellos que incluían en su facturación envíos no realizados que justificaban con direcciones erradas. Por lo tanto, se unificaron las bases de datos y se contrató una nueva empresa que garantiza la entrega segura de los ejemplares del periódico.

-Con respecto al tema de los libros, realicé un inventario de lo que teníamos y a través de la organización de varios archivadores, encontré otros libros que estaban perdidos. En contacto con el Departamento Comercial del Hospital, se hizo una reestructuración de dicho inventario.

-En uno de los archivadores, encontré la base del periódico mural un poco deteriorada, y junto con la otra practicante, tratamos de repararlo un poco para volverlo a poner en el espacio al que pertenece de una manera más estética. Posteriormente, la otra practicante propuso una nueva idea para el periódico mural, haciéndolo más dinámico y usando un reportaje fotográfico en él.

-Establecimiento de funciones más propicias para un comunicador periodista dentro de El Pulso. Así, las practicantes comenzamos a hacer uso de nuestros conocimientos al convertirnos en un apoyo más importante para la parte editorial del periódico.

## BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Horacio, Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica, Serie Comunicación Empresarial, España, Edición en español Netbiblo S.L. 2005

Boletín de prensa Ministerio de la Protección Social (Noviembre 28 de 2006).  
“Revelan lista de los 100 mejores hospitales del país”

COE, Gloria A, Revista Latinoamericana de comunicación Chasqui, Septiembre de 1998, Chasqui 63, Comunicación en Salud- Comunicación y Promoción de la salud

Fragmento de Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información. C & F Éditions, 2005

Gestión de Empresas, Comunicación Interna, Publicaciones Vértice S. L, Editorial Vértice, Tema 1. La Comunicación Interna en la empresa, España, 2008.

HARRINGTON, H. James. (1993). Mejoramiento de los procesos de la empresa. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana, S.A. México.

Hospital Universitario San Vicente de Paúl, Acerca del Hospital, Historia, [http://www.elhospital.org.co/index.php?option=com\\_content&view=article&id=46&Itemid=60](http://www.elhospital.org.co/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=60)

Manual de AMA para la satisfacción del cliente, Capitulo 14, Página 247, Ediciones Granica S.A, Buenos Aires- Argentina, 1994