

**Gestión de la reputación corporativa en escenarios
digitales y con públicos de interés de Medimás EPS**

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Periodista

Nathalia Cerón Ortiz

Asesor

Jorge Andrés Molina Benítez

Magíster en Educación y Desarrollo Humano

Corporación Universitaria Lasallista.

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Programa de Comunicación y Periodismo

Caldas-Antioquia

2019

Tabla de contenido

Resumen.....	5
Introducción	6
Justificación	9
Impacto tecnológico.....	9
Impacto social y económico	9
Objetivos.....	11
Objetivo General	11
Objetivo Específico.....	11
Marco Teórico	12
Comunicación organizacional en el sector salud.....	12
Comunicación digital	13
Reputación en la web	15
Gestión reputacional, bien intangible	17
Metodología.....	19
Resultados.....	21
Recomendaciones	26
Conclusiones	27
Referencias.....	28
Apéndices.....	31

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Temas relevantes redes sociales	22
Ilustración 2. Global News Medimás EPS	22
Ilustración 3. Trendinalia.....	23

Lista de Apéndices

Apéndice A. Piezas redes sociales	31
Apéndice B. Boletín público interno	34
Apéndice C.Eventos y campañas internas.....	39
Apéndice D. Protocolo respuestas redes	43
Apéndice E. Herramientas de monitoreo.....	45
Apéndice F. Creación Hashtag	47

Resumen

La Gerencia de Asuntos Corporativos de Medimás EPS es la encargada de gestionar la reputación de la aseguradora en los públicos de interés en los que se encuentran: afiliados, asociaciones de usuarios, asociaciones de pacientes, colaboradores, entes de control, entes territoriales, fundaciones y ONG, líderes de opinión, prestadores, usuarios y medios de comunicación, entre otros.

El fin de este trabajo es consolidar la gestión de la reputación corporativa en escenarios digitales, durante un periodo de seis meses, identificando solicitudes de los usuarios, brindando acompañamiento hasta que obtengan una respuesta positiva y una solución definitiva a su requerimiento, construyendo contenidos llamativos y de calidad, que eduquen a los usuarios y los orienten para que lleven una vida más saludable.

Para llevarlo a cabo se utiliza un enfoque cualitativo, ya que procura conocer la percepción que tienen los usuarios de la marca Medimás EPS en los diferentes escenarios digitales.

Las técnicas empleadas son entrevistas semiestructuras, reuniones con el público interno de la organización y observación participante, así mismo, monitoreo de redes sociales por medio de herramientas como TweetDeck, Global News Analytics Trendinalia y Trendsmap.

Palabras clave: Gestión de reputación, Comunicación digital, públicos de interés y Gerencia de Asuntos Corporativos Medimás EPS

Introducción

Medimás EPS es una aseguradora en salud que inició operaciones el 1 de agosto de 2017 con la cesión de los afiliados de Cafesalud EPS S.A, opera en los regímenes contributivo y subsidiado en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud de Colombia, tiene presencia en Antioquia, Atlántico, Bolívar, Boyacá, Caldas, Cauca, Cesar, Cundinamarca, Huila, Llanos orientales, Magdalena, Nariño, Norte de Santander, Quindío, Risaralda, Santander, Sucre, Tolima y Valle del cauca. Cuenta con 8 regionales Antioquia, Centro, Costa atlántica, Eje Cafetero, Llanos Orientales, Nororiente, Tolima grande y Occidente, donde gestiona el riesgo en salud de manera confiable, humanizada y eficiente.

Dentro de su plan estratégico está

Misión: “gestionamos el riesgo en salud de manera confiable, humanizada y eficiente, con un equipo comprometido con la satisfacción de nuestros usuarios” (Medimás, 2019).

Visión: ser reconocidos en el 2023 por los resultados en salud logrados con la implementación de un modelo de atención humanizada, innovador, ágil e integral y elegidos por los usuarios como una de las mejores EPS del país.

Valores: humanización, integridad, trabajo en equipo, transparencia, confianza, respeto y compromiso

Promesa de valor: “estamos comprometidos a cuidar tu salud en todos los momentos de tu vida con conocimiento, prevención, innovación,

efectividad y sentido humano, para que nos elijas como la mejor EPS”
(Medimás EPS, 2019).

Sus lineamientos estratégicos son

Alcance integral: siempre tenemos en cuenta los dos regímenes: contributivo y subsidiado.

Responsabilidad única: la responsabilidad de Medimás como EPS es compartida con nuestras IPS Y ESE.

Grupos de interés: cuando hablamos de grupos de interés nos referimos a: afiliado, empresas, usuario, IPS, ESE, Estado, colaboradores y accionistas.

Alineación corporativa: independiente del área nuestros objetivos son comunes y con metas claras.

Articulación: cuando hablamos de articulación nos referimos al trabajo en equipo entre las áreas para alcanzar objetivos comunes.

Fuentes únicas: al manejar, gestionar, publicar, entregar o socializar información debemos asegurarnos de que provenga de fuentes confiables.

Dentro de Medimás EPS, la Gerencia de Asuntos Corporativos es la encargada de gestionar la reputación de la compañía entre sus diferentes públicos de interés, a través de cuatro ejes: comunicaciones internas, comunicaciones externas, comunicación digital y responsabilidad social; su objetivo principal es ser un puente de

comunicación entre los públicos y la compañía para, de esta manera, impactar positivamente en la experiencia con la marca.

Es por esto, que brinda a sus públicos de interés información sobre Promoción y Prevención, así, como acompañamiento a sus usuarios ante los posibles requerimientos de citas con especialistas, exámenes, consulta de red de urgencias, consultas sobre pqr y entrega de medicamentos que surgen a través de sus redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y medios virtuales.

Justificación

Impacto tecnológico

Gracias al posicionamiento de los canales digitales de Medimás EPS, los usuarios de esta aseguradora han encontrado un medio adicional a través del cual pueden comunicarse con la compañía; de esta forma impacta en el uso de las TIC's y fomenta la digitalización de los procesos administrativos haciéndolos más cercanos y accesibles.

Impacto social y económico

Medimás EPS es una aseguradora en salud que opera en los regímenes contributivo y subsidiado en el marco del Sistema General de Seguridad Social en Salud de Colombia y que gestiona el riesgo en salud de manera confiable, humanizada y eficiente, con un equipo comprometido con la satisfacción de los usuarios.

La Gerencia de Asuntos Corporativo de Medimás EPS es la encargada de gestionar la reputación de la compañía en los públicos de interés (colaboradores, afiliados, usuarios y otros), a través de 4 frentes de trabajo: comunicaciones externas, comunicaciones internas, comunicación digital y responsabilidad social; su objetivo principal es ser un puente de comunicación entre los públicos y la compañía para, de esta manera, impactar positivamente en la experiencia con la marca. En medio de este trabajo, el proceso de comunicación digital tiene la responsabilidad de controlar las conversaciones sobre la aseguradora en los escenarios digitales (redes sociales, medios virtuales, etc), identificar las solicitudes de los usuarios y brindar el

acompañamiento hasta que se obtenga una respuesta positiva y una solución definitiva a su requerimiento.

Medimás EPS brinda acompañamiento constante a los usuarios de la aseguradora frente a sus requerimientos en materia de salud, y busca una respuesta que impacte positivamente su calidad de vida y recuperación, construyendo contenidos llamativos y de calidad que eduquen a los usuarios en cómo llevar una vida más saludable y trabaja en la implementación de las políticas de talento humano y comunicaciones internas en procura de mantener el buen ambiente de la compañía.

Además, para la compañía es de vital importancia entregarles a sus afiliados contenidos sobre la marca y sus servicios por medio de los diferentes canales oficiales, como las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter y Youtube. Así mismo, busca direccionar de una forma exitosa la solicitudes, inquietudes y requerimientos que lleguen a través de estos medios, gestionándolos de manera asertiva, para impactar positivamente a todos sus afiliados y así evitar que se retiren o cambien de aseguradora.

Objetivos

Objetivo General

Consolidar la gestión de la reputación corporativa en la Gerencia de Asuntos Corporativos de Medimás EPS a través de la construcción de contenidos para redes sociales, el manejo de respuestas a usuarios de canales digitales, el monitoreo de conversaciones y el apoyo en la implementación de campañas de comunicación interna

Objetivo Específico

- Examinar el nivel reputacional de la marca Medimás EPS entre sus diferentes grupos de interés.
- Monitorear las redes sociales en busca de conversaciones alrededor de la marca.
- Definir políticas de comunicación para la gestión de las redes sociales y los requerimientos de los usuarios digitales.
- Construir contenidos (copy y post) para redes sociales que favorezcan la percepción de la marca Medimás EPS.
- Apoyar la implementación de campañas de comunicación interna que contribuyan a la proyección adecuada de la marca

Marco Teórico

Comunicación organizacional en el sector salud

La comunicación surge desde la aparición de las primeras civilizaciones, debido a la necesidad que tenían los individuos de interactuar entre ellos, sin embargo, en la actualidad, la comunicación se entiende como un proceso que se lleva a cabo entre dos o más personas donde lo que se busca es poner en común un mensaje que puede ser emitido por varios canales y que tiene presencia de diferentes elementos que pueden intervenir en el, ellos son: el código, el canal, el ruido y el feedback, entre otros.

La comunicación no solo es indispensable para las relaciones interpersonales, también lo es para las organizaciones ya que esta, es una herramienta fundamental al momento de crear un vínculo con los diferentes stakeholders o grupos de interés, es por esto que surge la comunicación organizacional tanto interna como externa

La comunicación interna va dirigida a todo el público interno de la organización, es decir, a los colaboradores. Según Brandolin, las acciones de comunicación en este ámbito tienen como objetivo establecer comunicaciones efectivas, que afiancen la identidad corporativa. La comunicación interna unifica significados, proporciona claridad y genera sentido de pertenencia (2009).

Por otra parte, para Bustamante (2013), las organizaciones en salud deben contemplar seis funciones básicas en sus comunicaciones internas. Estas deben buscar la Identificación de los empleados con la organización y con la filosofía de promoción de la salud, suministrar Información útil y oportuna sobre la organización, apoyar instrucción-formación de los empleados en cuanto a promoción de la salud y

especialmente en el desarrollo de habilidades de comunicación y trabajo en equipo, propiciar la integración de los empleados y su participación en los procesos de promoción de la salud que lleve a cabo la organización, trabajar por la creación de una buena imagen de los empleados sobre la organización que esté en consonancia con la imagen proyectada de cara a la opinión pública, y fomentar la Investigación de los procesos comunicativos internos para potenciar tanto la estrategia como sus funciones.

De igual modo, existe otro ámbito de la comunicación organizacional igual de importante, la comunicación externa, que tiene como objetivo el reconocimiento de la organización por parte del público externo a ella.

La comunicación externa es un concepto que surge debido al interés del público general en los diversos temas que se difunden de la organización, en las Empresas Prestadoras de Salud (EPS), y más exactamente en Medimás EPS los temas que se abordan giran generalmente alrededor de la prevención de la enfermedad, la promoción de la salud, los hábitos saludables y cifras sobre gestión de la empresa.

Comunicación digital

El avance continuo de la tecnología ha obligado a las organizaciones de diferentes sectores a tener presencia e incorporar a su forma de comunicarse los medios online, en el caso del sector salud esta inclusión permite tener un gran impacto en la sociedad, en cuanto a la promoción de la salud y la prevención de la enfermedad, así como el reconocimiento gracias a las cifras de gestión de la organización.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud OMS (2015) las entidades gubernamentales, en conjunto con organizaciones pertenecientes a otros sectores, son las encargadas de orientar las políticas públicas, para de esta manera, cumplir con la

meta de promoción en cuanto al cuidado de la salud. Este es el caso de Medimás EPS, que tal y como lo expresa en su promesa de valor, está comprometida a cuidar la salud de sus usuarios en todos los momentos de la vida, con conocimiento, prevención, innovación, efectividad y sentido humano, es por esto que crea contenidos de interés tanto para su público interno como externo. Este contenido es publicado posteriormente en sus redes sociales y diferentes canales de comunicación de la aseguradora.

Según Morató “las empresas no se diferencian por sus productos, sino por la imagen que proyectan en la sociedad lo que sitúa (o debería situar) a la comunicación en el corazón de la estrategia de cualquier organización” (2011), en la aseguradora esta teoría está respaldada por el interés que tiene en crear una relación con sus diferentes públicos donde haya una comunicación fluida, asertiva y permanente.

Sin embargo, con la llegada de la comunicación digital aparecen elementos que en ocasiones pueden causar daño a la reputación y afectar la marca, unos de estos elementos y que sin duda alguna bien utilizados tienen un excelente efecto para la aseguradora es la inmediatez con la que se puede enviar a diferentes personas un mensaje y la rapidez con la que este se propaga.

Medimás EPS utiliza la comunicación digital como un aliado para brindar a sus usuarios y afiliados cifras de gestión, información y tips en fechas de salud importantes como: el día de la vacunación, día de la hepatitis, día enfermedad de Chagas, día mundial contra el cáncer, el día internacional del Síndrome de Asperger, el día mundial de las enfermedades huérfanas, entre otros.

La comunicación digital ha sido un aliado importante para la organización, no solo para brindar la información anteriormente mencionada, sino también para hacerle

seguimiento a casos que reportan fundaciones, asociaciones de pacientes, periodistas, medios de comunicación y usuarios, para generar acompañamiento y pronta solución a los casos.

Reputación en la web

La reputación online brinda valor a la organización, es por esto que es considerada un bien intangible, ya que consolida la imagen y la identidad corporativa a través de la red. Pero ¿qué es imagen corporativa y qué es identidad corporativa? Diferentes autores tienen su concepto de imagen corporativa, este se ha ido transformando con el paso del tiempo.

Inicialmente, Martineau definió la imagen como la suma de las cualidades funcionales y atributos psicológicos que existen en la mente del consumidor (1958). Según, Bernstein la imagen es el modo en el que los stakeholders perciben los indicadores de identidad de una organización. Se forma a través de encuentros con las características de la organización, y es el resultado neto de la interacción de todas las experiencias, creencias, sentimientos, conocimientos e impresiones que cada stakeholder posee sobre la organización (1984).

Para Sánchez y Pintado, la imagen corporativa se puede definir como una representación mental que tienen las personas formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía. La imagen es un elemento muy importante que tienen las compañías, para hacer comprender a sus públicos quiénes son, a que se dedican y en qué se diferencian de la competencia (2009).

En este sentido, la imagen corporativa de Medimás EPS es desarrollada a través de la forma en la que la organización se proyecta, el nombre tiene, los colores que utiliza y la forma en la que es percibida por sus diferentes grupos de interés.

En cuanto al concepto de identidad corporativa, Margulies define la identidad corporativa como los mecanismos que una empresa elige para identificarse ante sus stakeholders- la comunidad, clientes, trabajadores, medios (1977).

Olins, considera que la identidad corporativa consiste en la gestión explícita de algunos o todos los modos en que las actividades de la empresa son percibidas. Puede proyectar tres cosas: Quién eres, qué haces y cómo lo haces (1991)

Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, la identidad corporativa de Medimás EPS está definida por su misión, visión, valores y promesa de valor.

Misión: gestionamos el riesgo en salud de manera confiable, humanizada y eficiente, con un equipo comprometido con la satisfacción de nuestros usuarios.

Visión: ser reconocidos en el 2023 por los resultados en salud logrados con la implementación de un modelo de atención humanizada, innovador, ágil e integral y elegidos por los usuarios como una de las mejores EPS del país.

Valores: humanización, integridad, trabajo en equipo, transparencia, confianza, respeto y compromiso

La promesa de valor, tal y como fue mencionada anteriormente es “estamos comprometidos a cuidar tu salud en todos los momentos de tu vida con conocimiento,

prevención, innovación, efectividad y sentido humano, para que nos elijas como la mejor EPS” (Medimás EPS, 2019).

La relación que se ha establecido entre los conceptos de imagen e identidad corporativa es muy estrecha, para Hatch y Schultz (1997 y 2002) las fronteras que separan los ámbitos externo e interno en una organización son estrechas y profundamente relacionadas entre sí.

Gestión reputacional, bien intangible

La reputación corporativa es el reconocimiento que le dan a una compañía u organización sus públicos de interés, tanto internos como externos: inversionistas, proveedores, colaboradores y clientes, o afiliados y usuarios cuando se habla de la reputación en el sector de la salud, como en el caso de Medimás EPS.

Para Villafañe (2005) la marca, la reputación, el capital intelectual y la responsabilidad social son considerados recursos intangibles que le brindan valor a la organización. Según el mismo autor existe un proceso de convergencias con dos visiones innovadoras: el management estratégico que son todos aquellos procesos de generación de valor a la empresa asociados a los recursos intangibles y por otro lado la comunicación orientada directamente a fortalecer tanto la imagen como la reputación de las compañías.

Pero ¿a qué nos referimos cuando hablamos de intangibles? Los intangibles, son todos los recursos inmateriales que le agregan valor a la organización y ayudan a fidelizar a sus públicos de interés.

Crear una buena reputación les permite a las organizaciones tener un mayor apoyo de los stakeholders en momentos de crisis, es por esto, que Medimás EPS le apuesta diariamente a tener una buena reputación generando conocimiento en la sociedad y empatía con sus públicos de interés.

Metodología

El fin de este trabajo es consolidar la gestión de la reputación corporativa en la Gerencia de Asuntos Corporativos de Medimás EPS a través de la construcción de contenidos para redes sociales, el manejo de respuestas a usuarios de canales digitales, el monitoreo de conversaciones y el apoyo a la implementación de campañas de comunicación interna.

Para examinar el nivel reputacional de la marca Medimás EPS entre sus diferentes grupos de interés se utilizó el enfoque cualitativo, en el que se realizan “descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones” (Sampieri,2019, 390) con una metodología participativa y una técnica de monitoreo en la que se utilizan datos de eventos, interacciones en las redes sociales y conductas de los usuarios en las mismas.

La técnica utilizada para examinar el nivel reputacional y monitorear las redes sociales en busca de conversaciones alrededor de la marca fue el monitoreo, por medio de herramientas como Global News Analytics, TweetDeck, Trendinalia y Trendsmap, herramientas que permiten observar en Twitter quien es el Autor del mensaje, el sentimiento, la cantidad de retweets y el número de seguidores que tiene el autor del mensaje, y en Facebook e Instagram también permite visualizar el número de interacciones, las veces que ha sido compartido el contenido y le número de comentarios.

Para definir políticas de comunicación para la gestión de redes sociales y los requerimientos de los usuarios digitales, se utiliza un guion de respuestas creado por la organización con un tono amable y cercano, en el que están consignadas respuestas

sobre casos que surgen en las redes, cambios de IPS, consulta de red de urgencias, consulta de incapacidades, changes, entre otros. El tiempo en el que deben ser atendidos los requerimientos es de no más 60 minutos, cuando la situación del usuario o afiliado no permite ser resuelta inmediatamente, la información se registra en un *drive* donde están las PQRS con nombre del usuario, número de documento de identidad, ciudad en la que reside, número de contacto y comentario.

Para construir *copy* y *post* para redes sociales que favorezcan la percepción de la marca Medimás EPS se utiliza el calendario 360 en el que se encuentran todas las fechas importantes de la salud en Colombia y el calendario de la organización.

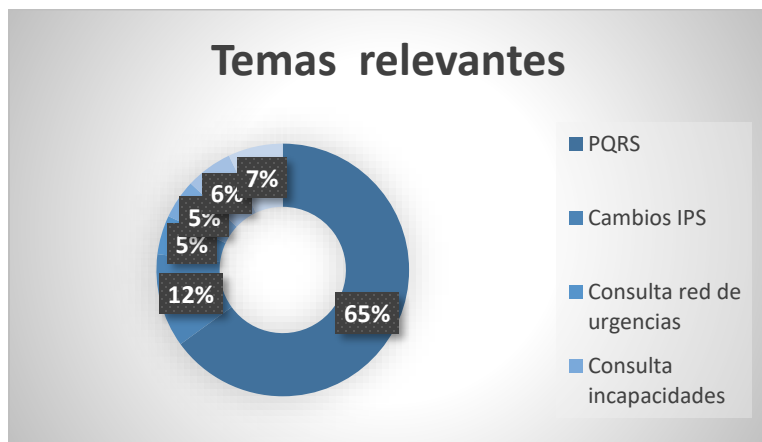
Por último, para apoyar la implementación de campañas de comunicación interna que contribuyan a la proyección adecuada de la marca, en conjunto con el grupo de talento humano se realizaron grupos focales, donde participan personas de la misma área (ejecutivos comerciales, área médica, área de tutelas, área de pqr , línea de frente, etc) y se evidenciaron fortalezas y debilidades en la comunicación, así mismo, se realiza acompañamiento en campañas de autocuidado, reciclaje y fechas especiales .

Resultados

Durante el desarrollo del proyecto en Medimás EPS tras examinar el nivel reputacional en sus diferentes grupos de interés y monitorear las conversaciones alrededor de la marca, se logró evidenciar a través de herramientas digitales como TweetDeck que Medimás EPS recibe en promedio 30 menciones al día, distribuidas en PQRS (Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias), solicitudes de información sobre cambios de IPS, consulta de red de urgencias, consulta de incapacidades, *changes* y otros.

Estos son temas que pueden afectar la reputación de la organización, es por esto que tienen un protocolo especial, inicialmente es importante establecer contacto directo con el usuario por medio de mensajes privados en donde se le solicita su información personal como nombre, número de documento de identidad, teléfono de contacto, ciudad y comentario. Estos datos deben ingresarse a un *drive* que es gestionado por los colaboradores que pertenecen al área de PQRS, el caso queda en constante seguimiento por parte de la Gerencia de Asuntos Corporativos, si pasados los días no ha sido resuelto, se escala a la regional a la cual pertenece el usuario, esto con el fin de que se solucione lo más rápido posible.

Ilustración 1. Temas relevantes redes sociales



En Global News cada comentario que Medimás EPS recibe es clasificado de acuerdo con el sentimiento, este se define teniendo en cuenta las palabras claves y se califica según sea el caso en positivo, negativo o neutral. Esta herramienta también permite visualizar la cantidad de interacciones que tiene cada tweet o comentario, si es o no tendencia y el número de retweets, así como, el de me gusta que obtienen.

Ilustración 2. Global News Medimás EPS

Resultados	
<p>Mábel Lara @MabelLaraNews <small>twitteado</small></p> <p>Fuerte sanción a <i>Medimás</i>, por 5.800 millones de pesos, impone la superintendencia de <i>Salud</i> @CaracolRadio</p> <p>Publicado el 16/08/19 en 10:01 Twitter Colombia twitter.com</p>	<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR Mábel Lara</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS 525Interacciones, 475.4KAlcance potencial, 0/10Puntuación de tendencia, 80Retweets, 445Me gusta en Twitter, 475.4KSeguidores de Twitter</p>
<p>Noticias Caracol @NoticiasCaracol <small>Compartió un video</small></p> <p>#Atención Supersalud sanciona con casi \$6 mil millones a <i>Medimás</i> por la no entrega de <i>medicamentos</i> a pacientes con graves enfermedades - bit.ly/2MKLS3X <small>pic.twitter.com/nB4uL2uLbG</small></p> <p>Publicado el 16/08/19 en 09:13 Twitter Colombia twitter.com</p>	<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR Noticias Caracol</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS 485Interacciones, 8.3MAlcance potencial, 0/10Puntuación de tendencia, 118Retweets, 367Me gusta en Twitter, 8.3MSeguidores de Twitter</p>

Trendinalia y Trendsmap por su parte, permiten visualizar si la marca Medimás Eps está en las primeras 20 tendencias del país, la posición en la que se encuentra, el tiempo que permaneció y quienes son los autores de los comentarios que hicieron que la marca se convirtiera en tendencia. Teniendo en cuenta esta información el siguiente paso es hacerle rastreo al tema, si es un caso de medios de comunicación es reportado inmediatamente al jefe de comunicación digital y a la persona encargada de medios, quienes se pondrán en contacto con el afiliado o usuario y le brindará acompañamiento que sea necesario frente al caso reportado.

Ilustración 3. Trendinalia



Para construir contenido para las redes sociales, Medimás EPS trabaja de la mano del calendario 360 de la OPS y la OMS, donde están consignados los días más importantes de la salud como el día mundial del riñón, de la salud, del agua, así como el día mundial contra el cáncer, contra la enfermedad de chagas, entre otros, temas que son de vital importancia para la población mundial.

Que la aseguradora genere contenido de las fechas más relevantes en cuanto a la salud le permite recibir buenos comentarios, más interacciones favorables y de esta

manera se aumenta su reputación e imagen tanto en el público externo como en el público interno de la organización.

Con el fin de obtener buenos resultados en el objetivo de implementar campañas de comunicación interna que contribuyan a la proyección adecuada de la marca se utilizó la técnica de entrevistas semiestructuradas en las cuales los colaboradores mencionaron los inconvenientes que estaban presentando, ya que no solo son parte de la aseguradora como trabajadores, sino también como afiliados. En la mayoría de los casos la oportunidad para recibir atención tanto con médico general, como especialistas se estaba viendo afectada, así como, la entrega de medicamentos. Por esto, se crea una estrategia en la que se recolectan los datos personales y su requerimiento para gestionar los casos lo antes posible, de esta manera los colaboradores van a tener sentido de pertenencia y va a mejorar el clima laboral que estaba siendo afectado por las inconformidades no resueltas, ni escuchadas.

Adicionalmente se realizaron campañas internas de reciclaje, autocuidado y la importancia del buen clima laboral entre otras.

Para mejorar el clima laboral se realizaron junto al área de talento humano unos grupos focales en los que se reúnen a los colaboradores por áreas (área médica, línea de frente, PQRS, tutelas, etc) , allí cada uno expresa lo que le gusta, lo que lo enoja, lo que lo hace sentirse tristeza y de qué forma podrían mejorar. Como resultado se obtiene la unión, el trabajo en equipo y compromisos de cada uno para mejorar su área, también tienen la posibilidad de evaluar a sus jefes o líderes como es el caso en Medimás EPS, la actividad finaliza cuando cada líder recibe una retroalimentación y

adicionalmente adquiere compromisos, cada tres meses se evalúa si cumplieron con los compromisos o no.

Recomendaciones

- Brindar soluciones de fondo ante los requerimientos de sus usuarios de medios digitales, aunque la atención de la Gerencia de Asuntos Corporativos es oportuna, Medimás EPS está atravesando una crisis que no le permite prestar los servicios de forma integral debido a las vicisitudes que tiene con los prestadores.
- Aprovechar los temas del calendario 360 no solo informar sobre las enfermedades, su prevención y tratamiento, sino también, para brindar las cifras de gestión de la aseguradora, número de usuarios que están siendo diagnosticados y recibiendo tratamiento de la misma, esto hará que los usuarios reconozcan su labor y generará empatía y fidelización de los mismos.
- Crear un medio por el cual el gerente regional le comunique a las diferentes seccionales lo que está sucediendo dentro de la organización, ya que cuenta con carteleras, pantallas informativas y boletín interno, pero es necesario que los colaboradores reciban información constante y directa de su parte sobre cifras de gestión y claridad ante las fake news a las que están expuestos.
- Definir la persona de la organización que brindará información a los medios de comunicación y usuarios externos sobre la crisis por la que está atravesando la aseguradora y las decisiones judiciales, así mismo, generar preguntas y respuestas que deben anexarse al protocolo de redes ante las posibles inquietudes de los diferentes públicos.

Conclusiones

- La comunicación interna tiene un papel fundamental en la organización, ya que permite mantener informados a todos los colaboradores de lo que sucede dentro de la misma, generando así sentido de pertenencia.
- La reputación online, la marca y el capital intelectual son bienes intangibles que le aportan valor a la organización y ayudan a fidelizar a sus grupos de interés, ya que la comunicación continua compañía-stakeholders está orientada directamente a fortalecer la imagen y la identidad corporativa.
- Brindarle a los usuarios la facilidad de ser atendidos por medio de canales digitales agiliza procesos administrativos y le permite a Medimás EPS posicionar la marca, acompañando a sus usuarios y afiliados, informando sobre temas de salud, promoción y prevención, así como, sus cifras de gestión.

Referencias

- Calle, J. A. A., Fajardo, K. M., Ospina, E. B., & Franco, A. F. (2015). Comunicación organizacional en instituciones de salud de Medellín–Colombia. *Revista de Comunicación y Salud: RCyS*, 5(1), 108-124
- González Pascual, A., & Rodríguez Prieto, R. (2015). *Caos digital y medios comunes. Transformaciones de la comunicación social en el siglo XXI*. Librería-Editorial Dykinson. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4GNfBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+digital+en+eps&ots=wdFrW4rHIU&sig=RshQ1wOspfg9SBJhBzl8dvlbOE#v=onepage&q>
- Alcaide, J. C., García, S. C., Fantoni, A. L. C., Valiño, P. C., Rodríguez, P. G., Vázquez, B. L., & Merino, M. J. (2008). Nuevas tendencias en comunicación.. Recuperado de https://www.esic.edu/documentos/editorial/resenas/9788415986058_RRHHDigital_17-07-10.pdf
- Álvarez Marcos, J. (2007). Comunicación interna, la estrategia del éxito. *Razón y Palabra*, 56, 1-8. Recuperado de https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/17211/file_1.pdf?sequence=1
- Andrade, H. A. Horacio. (2005). Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica (2ª ed.). España, España: Netbiblo. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=gnLqwIToq1&sig=vmRAgaTu14exk3wDPPLYqJ48jkc#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false>
- Rojas, A., & Tomás, R. (2012). La prudencia en la inmediatez del acto informativo. *Ecos de la Comunicación*, 5(5). Recuperado de <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/prudencia-inmediatez-acto-informativo.pdf>
- Carrió, M. (2013). *Gestión de la reputación corporativa: convierte lo que piensan y dicen de ti en tu mejor activo*. Libros de Cabecera.
- Gallego, C. X. (2015) *Esquema de indicadores para la implementación de un sistema de administración de riesgos (SAR) en salud en una EPS-C*, (tesis de maestría) Universidad Nacional de Colombia-Sede Manizales. Recuperado de <http://bdigital.unal.edu.co/52166/1/30231483.2015.pdf>

- Gumy, M. N., & Artola, M. A. (2018). La reputación on line como bien intangible en el sector salud. In *2 Congreso Regional de Economía del Norte Grande*. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/3018/1/gumy-artola-2018.pdf>
- Lazo, M. L., & Gabelas, J. A. (2016). *Comunicación digital* (2ª ed.). Barcelona, España: UOC
- Medina Aguerrebere, P. (2017). La gestión de la reputación online de las marcas hospitalarias: una propuesta de modelo. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 22(43).
- Otero, M., & Alvarado, M. A. (2011). Comunicación organizacional interna en los centros de salud urbanos. *Temas de Comunicación*, (20), 91-114.
- Piazzo, V. (2012). *Crisis en la Web 2.0: Gestión de la Comunicación para preservar la imagen y la reputación organizacional online*. (Tesis doctoral) Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Sampieri (2014) *Metodología de la investigación* 5ta edición. México DF. Editorial McGraw-Hill. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5A2QDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n++sampieri+5ta+edici%C3%B3n&ots=TiYjYQZhHZ&sig=L2dgQxxQWiDHXjR-uGDdXoQyTgE#v=onepage&q&f=false>
- Sánchez, J., & Pintado, T. (2009). *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=O2hVVxHY9ecC&oi=fnd&pg=PA15&dq=que+es+la+imagen+corporativa&ots=K7DZ5PCLbC&sig=XUFQehLvT1caBNqID5qSZO7wGcw#v=onepage&q=que%20es%20la%20imagen%20corporativa&f=false>
- Sánchez, E. (2012). El social media en la estrategia de comunicación, *Ad Comunica. Revista Científica De Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*.
- Sotillo, S. S. (2013, 21 marzo). La reputación del CEO: un activo intangible clave para las empresas. *CEDE*, 21(21), 1–7. Recuperado de <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17908>
- Tessi, M. T. (2013). *Comunicación interna en la práctica* (2ª ed.). Buenos aires, Argentina: Granica.
- Vilches, L., Del rio, O., Simelio, N., & Velázquez, T. (s.f.). (2005) *La investigación en comunicación Métodos y técnicas en la era digital*. Recuperado de <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1185/1128>

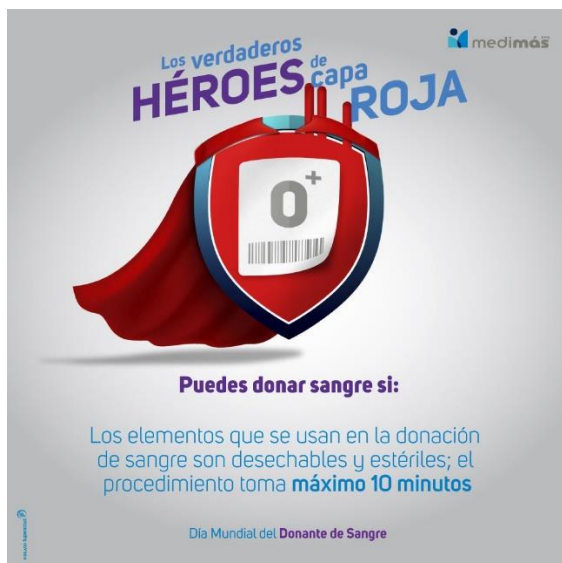
Jiménez, R. A., & Vargas-Hernández, J. G. (2015). Las Competencias Profesionales y su relación con la empleabilidad de los Ingenieros en Gestión Empresarial egresados del ITLAC. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnología*, 8(22), 17-28. Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/3028/1/zanfrillo-et-al-2018.pdf>Apéndices


Zanfrillo. I, A., Artola, M., & Ernesto de Vega, R. (2018). Modelos de comunicación digital en organizaciones del Tercer Sector para la promoción de la salud. *Revista Electrónica Gestión de las Personas y Tecnologías*, 11(33).

Apéndices

Apéndice A. Piezas redes sociales

Contenido redes sociales





medimás

Los verdaderos
HÉROES de capa
ROJA

Las donaciones de sangre contribuyen a **salvar la vida de niños con anemia**, generalmente causada por la malnutrición, mujeres con complicaciones obstétricas y personas que se someten a intervenciones quirúrgicas complejas o que sufren traumatismos graves

Día Mundial del Donante de Sangre

Todo tiene un **más** en tu vida, el tuyo es | medimás

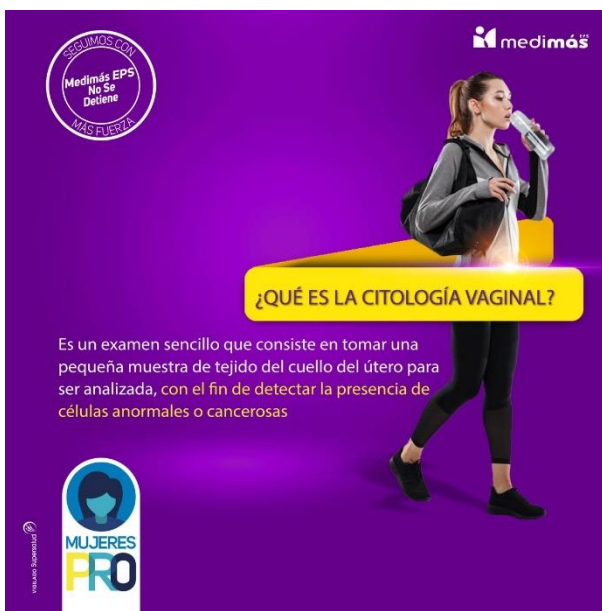


Día a día con el
PÁRKINSON

Según datos de Organización Mundial de la Salud (OMS)

- El párkinson es la **segunda enfermedad** neurodegenerativa con mayor prevalencia, después del Alzheimer
- Es causada por la **pérdida de células productoras de dopamina** en el cerebro
- Según algunas investigaciones, la combinación entre **factores genéticos y ambientales**, pueden ser sus principales causas

Síguenos en:
www.medimás.com.co



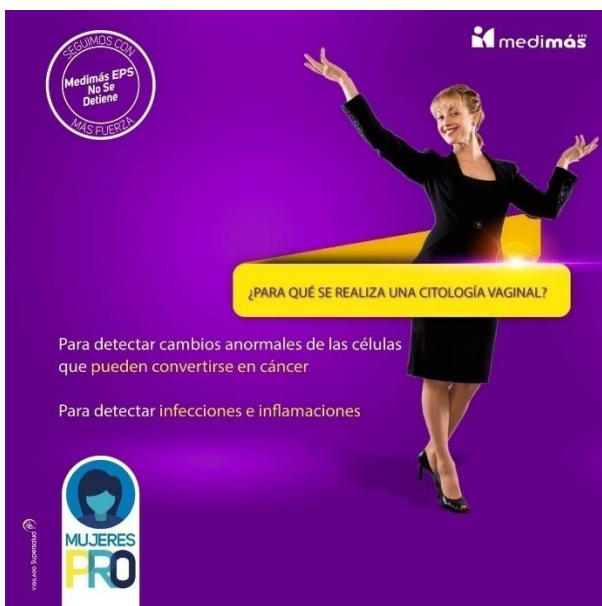
SEGUIMOS CON
Medimás EPS
No Se
Detiene
MAS FUERTE

medimás

¿QUÉ ES LA CITOLOGÍA VAGINAL?

Es un examen sencillo que consiste en tomar una pequeña muestra de tejido del cuello del útero para ser analizada, con el fin de detectar la presencia de células anormales o cancerosas

MUJERES
FRO



SEGUIMOS CON
Medimás EPS
No Se
Detiene
MAS FUERTE

medimás

¿PARA QUÉ SE REALIZA UNA CITOLOGÍA VAGINAL?

Para detectar cambios anormales de las células que pueden convertirse en cáncer

Para detectar infecciones e inflamaciones

MUJERES
FRO

Apéndice B. Boletín público interno



**Festival de la salud
en Pacho**

En Pacho, Cundinamarca, realizamos en conjunto con la alcaldía municipal, un festival de la salud en el que también compartimos un espacio de ocio con nuestros usuarios.

Dentro de las actividades programadas, realizamos 200 tamizajes y atendimos a nuestros usuarios en temas relacionados a salud oral, visual y crecimiento y desarrollo.

Con este festival de la salud, logramos acercarnos a nuestros usuarios este municipio y demostramos nuestro acompañamiento y compromiso con la salud y bienestar en todas las etapas de su vida.



**Acercamiento a nuestros
usuarios en la regional Tolima.**

Como parte de nuestros programas de promoción y mantenimiento, realizamos una jornada de terapias de masaje en la empresa Operaciones y servicios de combustibles S.A.S., en la que se vieron beneficiados 14 empleados de la marca Terpel.

En la jornada buscamos combatir el estrés laboral, la depresión e informar a nuestros usuarios sobre la red de servicios de Medimás EPS en la regional y capacitarlos en temas relacionados a nuestra APP móvil.

Con esta actividad nos acercamos a las empresas de la regional y a sus colaboradores afiliados a nuestra red de servicios, afianzando el compromiso de Medimás EPS con la salud de nuestros usuarios en el Tolima.



Nos reunimos con los entes territoriales en la regional Caldas.

En Medimás EPS realizamos un acercamiento con los alcaldes municipales y los secretarios de salud de los municipios Caldas. En la reunión tratamos aspectos importantes en temas de salud y algunos resultados puntuales del departamento, en el cual tenemos como propósito garantizar el aseguramiento en salud y la prestación de los servicios de manera integral y con calidad a los afiliados de Medimás EPS. Estas reuniones con los entes departamentales refuerzan nuestro compromiso con nuestra población beneficiada en la regional Caldas.



Más cerca de nuestros usuarios en Antioquia.

En la alcaldía del municipio de Caucasia nos reunimos con los delegados de la Dirección de Salud Seccional de Antioquia, para conocer el programa de atención primaria en salud y el programa piloto de salud pública, que busca hacer seguimiento a los usuarios que viven en cascos urbanos y veredas de diversos municipios de Antioquia. En el conversatorio se hizo énfasis en la responsabilidad que tenemos como EPS de captar y canalizar casos especiales de usuarios en estas zonas. Esta actividad nos compromete con la salud y el bienestar de nuestros usuarios en la regional Antioquia.



Reunión con la asociación de usuarios en Antioquia.

Con el fin de socializar y evaluar nuestra puesta en marcha para 2019 y evaluar la política pública en seguridad y salud, nos reunimos con la asociación de usuarios en el auditorio de la sede regional en Medellín. En la reunión se asignaron los cargos pendientes de la asociación y se terminó de conformar la junta directiva, que coordinará directamente nuestro plan de acción. En Medimás EPS escuchamos las inquietudes de nuestros usuarios y trabajamos de la mano con la asociación para lograr un servicio íntegro y humanizado en la regional Antioquia.



Contra la tuberculosis en Caldas.

En la regional Caldas llevamos a cabo jornadas pedagógicas sobre la Tuberculosis, las complicaciones a la salud que genera esta patología y la prevención de esta enfermedad.

La jornada se llevó a cabo en el municipio de Supia, donde buscamos impactar a nuestros usuarios y generar conciencia sobre el contagio de esta enfermedad y su incidencia.

Estas iniciativas contribuyen a la prevención de enfermedades contagiosas, capacitar a nuestros afiliados y mostrar el compromiso que en Medimás EPS tenemos con la población del departamento de Caldas.



Ferias de seguridad social en Antioquia

Entre el 25 y el 27 de abril participamos en distintas ferias sobre seguridad social realizadas por las alcaldías municipales de Amagá, Valparaiso, Venecia, Barbosa y Santa Rosa de Osos, en la regional Antioquia.

En las actividades capacitamos a nuestros usuarios en temas sobre régimen subsidiado y contributivo, consultas y trámites de EPS y la atención a dudas sobre nuestros servicios en el departamento.

Las ferias de seguridad social contribuyen a acercarnos a nuestros usuarios habitantes de diferentes municipios de Antioquia y brindarles nuestro compromiso con su salud.



Jornadas de PyM en la regional Tolima

Realizamos nuestras actividades PyM con importantes empresas del departamento del Tolima con el fin de mostrar nuestro acompañamiento a sus trabajadores afiliados.

En las actividades beneficiamos a 64 trabajadores, donde llevamos a cabo jornadas compartidas de masaje, tamizajes y charlas para la prevención de enfermedades ocasionadas por el sedentarismo y el estrés laboral y aprovechamos para dar a conocer nuestros servicios en la regional.

Con estas jornadas buscamos afianzar nuestras relaciones con las empresas del departamento y mostrar nuestro acompañamiento a sus trabajadores.

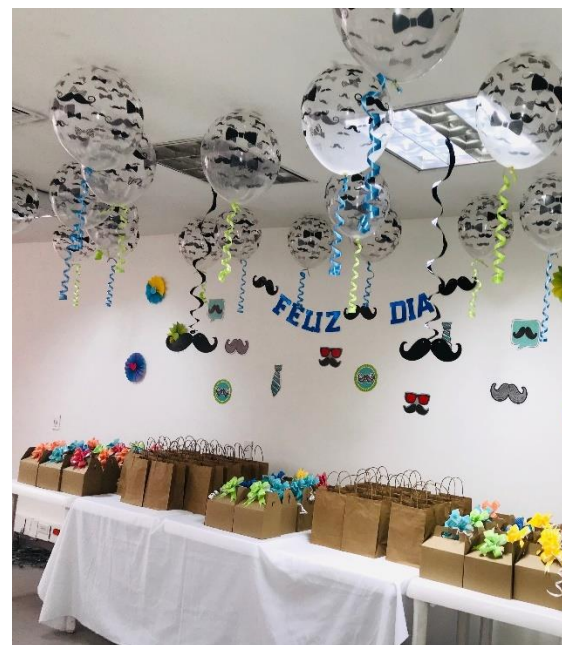


Hemos sido reconocidos por la secretaría de salud municipal de Valledupar tras la evaluación bimensual que realiza a las EPS del Cesar (en cumplimiento de la circular 00611 de 2011), en la cual se evidenciaron los resultados de nuestra gestión, posicionándonos como la 3era mejor EPS de régimen contributivo en el departamento, con un índice de PQR de 6,79 por cada 10 mil afiliados. Para nosotros es un orgullo prestar un servicio integral, humano y de calidad a todos nuestros usuarios en el país, porque en Medimás EPS contamos con colaboradores comprometidos y dedicados. Felicitaciones al equipo de la regional Cesar.

Escucha a nuestra gerente regional aquí.

[Ver más](#)

Apéndice C.Eventos y campañas internas





Reunión Brigadistas de Medimás Eps sede administrativa





Socialización del Plan Estratégico de Comunicaciones. Sede Administrativa

Apéndice D. Protocolo respuestas redes

PROTOCOLO RESPUESTAS REDES SOCIALES MEDIMÁS EPS

HASHTAG

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene
#MedimasEPSContinúa

LINK DIRECTO

https://twitter.com/messages/compose?recipient_id=887780430585495552



CASOS CON COMUNICADO

Frente al caso del menor Ian Samuel Velandia Suárez, Medimás EPS se permite informar que:
#MedimasEPSSiResponde
<https://twitter.com/MedimasEPS/status/1128081519824789504>

Frente a las decisiones del Tribunal Administrativo de Cundinamarca que ordenan suspender la habilitación y el Plan de Reorganización Institucional de Cafesalud y Medimás EPS S.A.S, Medimás EPS S.A.S se permite informar que:

<https://twitter.com/medimaseps/status/1123425355228962816?s=21>

RESPONDER MENCIONES O MENSAJES EXTERNOS:

Buenas tardes estimado Camilo, por favor, en un mensaje privado, déjanos los datos del usuario, junto al área encargada verificaremos y gestionaremos el caso.

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

https://twitter.com/messages/compose?recipient_id=887780430585495552

Buenos días estimado, estamos interesados en verificar el caso que mencionas, por favor, en un mensaje directo déjanos más detalles de la situación.

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

https://twitter.com/messages/compose?recipient_id=887780430585495552

Estimado Camilo, nos hemos contactado contigo vía mensaje directo y hemos ampliado la información de tu caso. Agradecemos tu comprensión.

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

COMENTAN POR EXTERNO O MENCIONES PERO ESTAMOS GESTIONANDO POR INTERNO.

Buenos días estimado Diego, atentamente te recordamos que nos hemos comunicado contigo vía mensaje directo y el caso que nos reportas está siendo gestionado por el área encargada. Agradecemos tu acompañamiento

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

Muy buenas tardes estimada Gloria, en Medimás EPS día a día trabajamos para seguir entregando un servicio oportuno y de calidad. Ya nos hemos comunicado contigo vía mensaje directo y tu caso está siendo gestionado por el área encargada.

#MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

Buenos días estimada Carolina. Seguimos a la espera que a través de un mensaje directo nos comuniqués si tienes alguna solicitud que te podamos ayudar a gestionar, estamos a tu servicio

MedimasEPSSiResponde
#MedimasEPSNoSeDetiene

https://twitter.com/messages/compose?recipient_id=887780430585495552

PEDIR DATOS POR EXTERNO

Estimado Andrés, lamentamos la situación presentada. Estamos interesados en validar tu caso con el área encargada; es importante que nos indiques por mensaje privado (con el fin de cuidar tu información personal) tus datos

Apéndice E. Herramientas de monitoreo

TweetDeck

Global News

Resultados	
<p>Mábel Lara @MabelLaraNews <small>twitteado</small></p> <p>Fuerte sanción a <i>Medimás</i>, por 5.800 millones de pesos, impone la superintendencia de <i>Salud</i> @CaracolRadio</p> <p>Publicado el 16/08/19 en 10:01 Twitter Colombia twitter.com</p>	<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR Mábel Lara</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS 525Interacciones, 475.4KAlcance potencial, 0/10Puntuación de tendencia, 80Retweets, 445Me gusta en Twitter, 475.4KSeguidores de Twitter</p>
<p>Noticias Caracol @NoticiasCaracol <small>Compartió un video</small></p> <p>#Atención Supersalud sanciona con casi \$6 mil millones a <i>Medimás</i> por la no entrega de <i>medicamentos</i> a pacientes con graves enfermedades - bit.ly/2MKLs3X pic.twitter.com/nB4uL2uLbG</p> <p>Publicado el 16/08/19 en 09:13 Twitter Colombia twitter.com</p>	<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR Noticias Caracol</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS 485Interacciones, 8.3MAlcance potencial, 0/10Puntuación de tendencia, 118Retweets, 367Me gusta en Twitter, 8.3MSeguidores de Twitter</p>
<p>Multan a Medimás con \$5.800 millones, la sanción más alta a una EPS El Tiempo <small>Compartió un enlace</small></p> <p><i>Medimás</i> por demoras en la entrega de <i>medicamentos</i> y falta de información, enfrenta con la SuperSalud, por demora en la</p>	<p>SENTIMIENTO Negativo</p> <p>AUTOR El Tiempo</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS 222Interacciones</p>

	<p>Juan Luis Castro C. @JuanLuisCasCo Compartió una imagen</p> <p>ATENCIÓN En la plenaria de Senado se acaba de confirmar la citación que hice para dar el Debate de Control Político al Sistema de <i>Salud</i>, las <i>EPS</i> y <i>Medimás</i> para el próximo martes en la plenaria del @SenadoGovCo. pic.twitter.com/XgY2YUahBB</p>	<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR Juan Luis Castro C.</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS</p> <p>95Interacciones, 28.1KAlcance potencial, 1/10Puntuación de tendencia, 22Retweets, 73Me gusta en Twitter, 28.1KSeguidores de Twitter</p>
<p>Publicado el 21/08/19 en 00:12 Twitter Colombia twitter.com</p>		
<p>José Roberto Acosta @jrobertoacosta1 Compartió un enlace</p> <p>Nos dan toda la razón y al fallo del Tribunal Admitivo de C/marca de abril 10, que está próximo a ser ratificado por el @consejodeestado en 2a instancia Lo triste es que @MedimasEPS pagaría multa con el usufructo de su turbio negocio con dineros públicos m.eltiempo.com/salud/por-que-...</p>		<p>SENTIMIENTO Neutral</p> <p>AUTOR José Roberto Acosta</p> <p>COINCIDENCIAS Medimas</p> <p>MÉTRICAS</p> <p>52Interacciones, 19.1KAlcance potencial, 0/10Puntuación de tendencia, 24Retweets, 28Me gusta en Twitter, 19.1KSeguidores de</p>
<p>Publicado el 16/08/19 en 21:41 Twitter Colombia twitter.com</p>		

Apéndice F. Creación Hashtag



Medimás EPS

Ayer a las 7:50 p. m. · 🌐



No te vayas a dormir sin aprender algo nuevo. ¿Qué relación tiene el consumo de frutas y verduras con las muertes de origen cardiovascular?

#AprendeMasConMedimasEPS

