



## **Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Llanos**

Sistematización de práctica profesional en la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de

Colombia sede Villavicencio

**Presentado por:**

Miguel Ángel Mendieta Eslava

**Tutor**

Deyanira Bodensiek

Ciencias de la Comunicación

Comunicación Social-Periodismo

Villavicencio

2018

## Tabla de Contenido

Resumen .....	6
Justificación .....	7
Marco teórico .....	8
¿Qué es la comunicación? .....	8
¿Qué es comunicación organizacional? .....	9
Planteamiento del problema .....	11
Pregunta problema .....	11
Objetivos.....	12
Objetivo general .....	12
Objetivos específicos .....	12
Metodología .....	13
Antecedentes.....	14
Recolección de información.....	16
Vídeo e imágenes de campaña de prevención para la visita del papa.....	16
Capacitación G-suite .....	17
Creación de boletines de circulación interna .....	18
Registro fotográfico .....	19
Creación Piezas gráficas .....	20
Campaña uso del correo institucional.....	21
Creación de agenda de relacionamiento.....	22
Campaña lucha contra el cáncer de mama .....	23
Dashboard demográfico Clínica UCC.....	24
Formularios en línea .....	25
Creación de guiones institucionales.....	26
Tutoriales para realizar solicitudes de contenidos.....	27
Creación de certificados.....	28
Cubrimiento de simulacros .....	29
Filmación y edición de vídeos .....	30
Análisis e interpretación crítica de la experiencia.....	31
Conclusiones y recomendaciones .....	32

Cronograma ..... 36

## INTRODUCCIÓN

La siguiente sistematización muestra el proceso y los resultados de la práctica profesional realizada en la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia en el área de Mercadeo & comunicaciones, las fortalezas y debilidades presentadas en cada actividad a desarrollar propuesta por la clínica.

El primer acercamiento con el mundo laboral es un ejercicio importante porque permite salir de la teoría a la práctica y es ahí en donde se evidencia el proceso formativo del estudiante otorgado por la academia, permitiendo de esta manera medir el grado de conocimiento y competencia con el que la Corporación Universitaria Minuto de Dios forma profesionales de la comunicación y periodismo.

El área de comunicaciones nace con la necesidad de fortalecer los canales de comunicación de las diferentes dependencias que conforman la familia Clínica UCC, la Corporación resalta en su visión ser una Clínica de calidad y para ello necesita la reestructuración de algunas áreas que presentan falencias en comunicación, trabajo en equipo, compromiso, y estrategias comunicativas para alcanzar los logros trazados y así alcanzar la excelencia.

La Clínica ofrece un espacio de práctica profesional en el área de comunicación organizacional de la mano de la comunicadora social Diana Consuelo González Pulido, que como profesional de la comunicación entiende la importancia de contar con practicantes de este perfil profesional, que traen consigo ideas frescas, que sabiendo aplicarlas aportan al proceso de transformación de la Clínica en el desarrollo de la calidad y la excelencia.

Bajo este marco el proyecto tiene como fin documentar todo el proceso que se adelantó en el periodo de práctica profesional evidenciando cada actividad con una descripción, el fin con el

que se hizo y los resultados. De la misma manera se expondrá de qué forma se aplicó el conocimiento adquirido en la universidad, que dificultades se presentaron en cada proceso y que alternativa de solución se dio.

## RESUMEN

El presente trabajo pretende documentar el proceso de práctica profesional en la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia. Durante el desarrollo se mostrará las fortalezas, debilidades y habilidades adquiridas en la oficina de Mercadeo & Comunicaciones de la Clínica UCC.

Las evidencias que se mostrarán es la elaboración de cada pieza gráfica, audiovisual, guiones, registro fotográfico, evidenciando fortalezas, debilidades, conocimientos adquiridos en la academia y la manera como se aplicó, resultado y habilidades obtenidas con cada elemento desarrollado.

La Clínica UCC es una de las entidades prestadoras de servicios de salud más extensa de la capital del Meta, siempre busca el fortalecimiento y la calidad en cada servicio que presta, bajo la dirección de la Doctora Lidys Mayerling Herrera García, en busca de mejorar la calidad de cada área de servicio vio la necesidad de una oficina de comunicaciones, la cual tiene como fin el fortalecimiento de los canales de comunicación, velar porque la información que se necesita difundir sea transmitida por el medio correcto y en el momento exacto.

Para ello mediante una reunión con la comunicadora social (Diana González Pulido) determinan la importancia de crear un convenio con la Universidad Minuto de Dios para implementar pasantes que puedan fortalecer las falencias presentadas en cada dependencia por medio de ideas y estrategias frescas.

## JUSTIFICACIÓN

Esta sistematización es importante porque mediante ella se evidencia el proceso de aceptación, adaptación y cambio en la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia a partir de la implementación de practicantes en el área de comunicaciones, es fundamental documentar este fenómeno porque la Clínica no estaba acostumbrada a contar con el apoyo de un personal experto en comunicación y no sabían de qué manera el practicante aplicaría su conocimiento para mejorar la comunicación en cada dependencia.

En las diversas dependencias se presentaban falencias en los procesos de comunicación y planeación, al comienzo les era difícil aceptar el apoyo del profesional pero poco a poco fueron cediendo y se dieron cuenta que a partir de la ayuda del comunicador les era mucho más fácil crear contenidos y exponerlos a los diferentes grupos de interés con los que se relacionaban.

Es significativo documentar cada proceso porque mediante él se está dando a conocer la intervención del comunicador y como este mediante su conocimiento genera cambios positivos que permiten fortalecer los canales de comunicación permitiendo que el emisor genere un mensaje más claro y sencillo de entender por parte del receptor para que los objetivos planteados sean alcanzados y se logre mejorar la calidad del servicio de una manera interna y externa.

A partir de los cambios positivos que se fueron dando en cada dependencia los líderes se dieron cuenta lo importante que era el profesional en comunicación en su proceso, esto permitió que la oficina de comunicaciones empezara a tomar protagonismo dentro de la Clínica UCC, era tan fuerte la necesidad del comunicador que los líderes se acercaban a la oficina para comentarle el caso y como este mediante su conocimiento lo apoyaba para lograr que la información a dar fuese clara, sencilla y concisa.

## MARCO TEÓRICO

Esta disciplina o conjunto de conocimientos sistematizados sobre una materia se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las empresas.

Para entender más la definición de comunicación organizacional y como se establece, veremos los conceptos construidos por autores

### **¿Qué es la comunicación?**

Van-der, C. (2005) El proceso de la comunicación es la interacción social que se establece entre un emisor y un receptor en un contexto determinado empleando un código lingüístico con la intención de realizar transferencia de la información que contiene un mensaje claro, explícito, pertinente y significativo. Adicionalmente es la habilidad de expresar de forma tal que otros entiendan sus palabras y sus intenciones. (P.1)

Desde el origen del hombre, este ha sentido la necesidad de comunicarse para expresar o manifestar los pensamientos y emociones. Afirma Aristóteles que “el hombre es animal social por naturaleza” (citado por Pérez, 2009, 2016, P.1) porque desde inicios de la civilización se comunicaba a través de sonidos, señales o movimientos corporales hasta el surgimiento del lenguaje y la escritura.



Según Thompson, I. (2008) la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.

(P.1)

### **¿Qué es comunicación organizacional?**

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio, (Fernández, 1999, P.1).

Por su parte Trelles Asevera (2005) asegura que “la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes”. (P.1)

La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados. Para los líderes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante una buena la comunicación.

La comunicación organizacional según Fernández (1999, P.2) puede dividirse en:

- **Comunicación Interna:** cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.
- **Comunicación Externa:** cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia se visiona ser la pionera en la salud para el año 2021, de esta manera busca mejorar la calidad del servicio en las diferentes áreas de atención al usuario, motivo por el cual nace la necesidad de contar con un equipo de comunicación, que permita por medio de sus conocimientos fortalecer los canales de comunicación en aquellas áreas en donde se presentan falencias comunicativas.

Se busca recolectar la información de las diferentes actividades realizadas por la Clínica a partir del apoyo del profesional en comunicación para fortalecer los procesos de comunicación y planeación de cada dependencia de una forma ordenada que permita hacer el análisis por parte de la Directora general y su grupo de trabajo sobre los diferentes cambios en cada proceso a partir de la interacción con el comunicador. Esto permite conocer la importancia de un profesional de la comunicación en toda empresa para fortalecer los canales de comunicación.

Como estudiante de comunicación se busca la manera de exponer los diferentes procesos vividos a nivel personal y profesional durante la etapa de práctica y como estos permitieron a la clínica mejorar la forma de comunicar permitiendo que el receptor de un mensaje de una forma clara, sencilla y concisa al receptor. Motivo por el cual surge el siguiente interrogante.

## **PREGUNTA PROBLEMA**

**¿Cómo mostrar el proceso de práctica profesional realizada en la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia sede Villavicencio?**

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Sistematizar el proceso de práctica profesional, a través de la muestra de las diferentes actividades realizadas y el análisis de las habilidades adquiridas durante el proceso de la práctica en la Clínica UCC.

### **Objetivos específicos**

- Exponer los diferentes conceptos adquiridos en la academia implementados en la realización de cada pieza.
- Identificar las dificultades presentadas a la hora de aplicar la teoría en el desarrollo de un producto.
- Enumerar las fortalezas, debilidades y las habilidades adquiridas durante el proceso de práctica profesional.

## **METODOLOGÍA**

El proceso de la recolección de la información se realizó mediante una base de datos, en la cual se adjunta cada actividad que se realiza, es decir la información después de que se edita o se crea se comparte a la Comunicadora Social de la Clínica y de la misma manera se adjunta a la base de datos online que se maneja a través del correo institucional para después ser utilizada en la elaboración de esta sistematización.

Después de tener toda la información recolectada se procede a realizar la selección del material que se va a implementar como evidencia en este trabajo, en donde se detallará objetivo de la actividad es decir que se logró con la realización de dicho proceso, fortalezas, debilidades, y habilidades adquiridas con cada elemento desarrollado.

Esta información es manipulada con el debido consentimiento de la Directora general de la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia sede Villavicencio.

## ANTECEDENTES

La organización Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia se constituye el 31 marzo del 2008 mediante la asamblea realizada en la ciudad de Medellín entre las diferentes instituciones asociadas como la Universidad Cooperativa de Colombia, la Cooperativa Multiactiva Universitaria Nacional COMUNA, CORPADEA y la Cooperativa de Trabajo Asociado LA COMUNA, iniciando su funcionamiento el primero de mayo 2008.

Resaltando como elemento esencial a Córdoba Jennifer (2016) su sistematización muestra los procesos y los resultados de la práctica profesional realizada en Inhouse FCC, los beneficios para el estudiante y las dificultades que surgen durante la resolución de problemas de comunicación visual. El ejercicio práctico tiene un papel importante en el desarrollo profesional del estudiante como parte fortalecimiento de las materias aprobadas durante la carrera y sumerge a los estudiantes en situaciones comunes del mundo laboral. (P.1)

Resaltando el enfoque de Londoño, Marín, Castaño, Nabor (2016) su trabajo surge de la observación, evaluación y análisis que se realiza de los procesos de formación e intervención en el Centro Integral Ser yo. El proceso de sistematización de la práctica profesional es la oportunidad de experimentar, investigar y construir conocimientos que fortalezcan el aprendizaje, tanto para la agencia de prácticas como para los practicantes en su dimensión profesional y personal. Durante la práctica se evidencian dificultades de carácter administrativo y metodológico que intervienen en la experiencia profesional, lo que exige que este proceso de sistematización plantee mejoras para el Centro Integral Ser Yo. (P.1)

Resaltando como elemento esencial a Álzate (2016) La sistematización puede ser definida como un proceso de generación de conocimientos a partir del análisis y reflexión realizada desde la propia práctica, “emerge entonces como una forma de rescatar las experiencias de intervención, facilitando su comunicación y se instala como concepto de referencia en el marco de la intervención social” (Meneses, 2014, p. 91). Sistematizar la práctica profesional realizada en la unidad de atención y reparación integral a las víctimas del conflicto armado va a permitir una reflexión más a fondo de los diferentes programas y proyectos realizados por esta institución los cuales promueven reparación y garantía de no repetición que contribuyen a la inclusión social y a la paz. (P.1)

## RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

### Vídeo e imágenes de campaña de prevención de la salud para la visita del Papa

**Objetivo:** El objetivo de la creación de estas piezas gráficas era concientizar a las personas de la importancia de tomar las pertinentes recomendaciones para evitar poner en riesgo su salud durante la visita del Papa Francisco a la ciudad de Villavicencio. Este materia se difundían a través de redes sociales.

**Fortalezas:** Redactar con facilidad.

**Debilidades:** Poco conocimiento en el manejo de herramientas de edición.

**Habilidades adquiridas:** Aprender a manejar programas de edición y diseño de campañas.



Piezas graficas realizadas para concientizar a las personas de cuidar se su salud en la visita del Papa Francisco.



## Capacitación G-suite

**Objetivo:** Realizar registro fotográfico sobre la capacitación de la nueva alternativa para el mejoramiento de los servicios asistenciales y administrativos por parte de google Bogotá.

**Fortalezas:** Conocimientos previos de fotografía.

**Debilidades:** No contar con los equipos necesarios por parte de la Clínica, limitando el desarrollo de las actividades.

**Habilidades adquiridas:** Conocer que es gsuite, como funciona y como aplicarlo a la vida profesional.



Registro tomado de la capacitación google Bogotá

## Creación de boletines de circulación interna

**Objetivo:** Dar a conocer las diferentes actividades realizadas por la Clínica a todos los funcionarios, a través de un medio tradicional y de fácil comprensión, se difundió a través de gsuite.

**Fortalezas:** Fácil redacción de cada nota realizada gracias a los conocimientos adquiridos en la universidad.

**Debilidades:** La imparcialidad me trajo muchas dificultades dado a que la Clínica exige hablar en primera persona.

**Habilidades adquiridas:** Ser más directo a la hora de escribir sin tanto rodeo, aprendí a escribir según la situación.




**BOLETÍN DE LA EXCELENCIA**

**BOLETÍN DE LA EXCELENCIA**

**TERCERA FERIA DE SEGURIDAD DEL PACIENTE**

El pasado 31 de agosto se llevó a cabo en el auditorio de la Clínica Cooperativa la tercera feria de seguridad del paciente, la cual estuvo a cargo de directivos y el área de calidad, donde se contó con la integración y participación de los funcionarios en las actividades que se desarrollaron.

El personal médico, asistencial y administrativo de la Clínica, fue el encargado de sorprender a los asistentes.



En el transcurso de la actividad se trabajaron varios temas, como la

## Registro fotográfico

**Objetivo:** Registrar cada evento realizado en la Clínica para crear una base de datos organizada con solo fotografías y de esta manera contar con un material visual el cual sirve como apoyo en la retroalimentación por parte de dirección con su equipo colaborador.

**Fortalezas:** Conocimientos previos de fotografía.

**Debilidades:** No contar con los equipos necesarios por parte de la Clínica el cual limitaba el registro de las actividades.

**Habilidades adquiridas:** como crear una base de datos organizada, y su importante función.



Registro fotográfico de la campaña de lucha contra cáncer de seno.



Simulacro de  
evacuación



Fotografías tomadas del primer simulacro de evacuación a nivel nacional que participo la Clínica UCC



Simulacro código  
rojo



Registro tomado del simulacro código rojo realizado en la sala de partos.

## Creación Piezas gráficas

**Objetivo:** informar a los funcionarios de las diferentes actividades que se iban a realizar en la Clínica, el fin de cada pieza era que el trabajador conociera el evento y participara. Estas piezas graficas se difundían a través de la plataforma Gsuite y grupos de whatsapp.

**Fortalezas:** Entender los nuevos conceptos de comunicar.

**Debilidades:** Desconocimiento en el manejo de programas de edición.

**Habilidades adquiridas:** Manejo de programas de edición, ser concreto con lo que se quiere comunicar.



Piezas gráficas realizadas para promocionar los eventos realizados por la Clínica.

## Campaña uso del correo institucional

**Objetivo :** Crear una campaña a favor de los funcionarios que no han implementado el correo institucional, que se basaba en imprimir la pieza gráfica y colocarle el nombre de la persona para dejarla en su oficina o puesto de trabajo.

**Fortalezas:** Disponibilidad por aprender.

**Debilidades:** Desconocimiento en programas de edición.

**Habilidades adquiridas:** Manejo de programas de edición, como plantear una campaña comunicativa.

**¡No pierdas la Oportunidad!**

**Solo con un click ingresas a tu gmail**



**Agenda con nosotros**

**[practicacomunicaciones@clinicaucc.com](mailto:practicacomunicaciones@clinicaucc.com)**

## Creación de agenda de relacionamiento

**Objetivo:** Llevar de una forma ordenada la agenda de relacionamiento de la Directora general Lidys Mayerling Herrera García, sobre las diferentes reuniones en pro de la Clínica UCC.

**Fortalezas:** Fluidez en redacción.

**Debilidades:** Manejo de programas de edición, como se hace una agenda de relacionamiento.

**Habilidades adquiridas:** Como crear una agenda de relacionamiento ordenada y su gran importancia en una empresa, manejo de programas de edición.



## Campaña lucha contra el cáncer de mama

**Objetivo:** Crear conciencia en los funcionarios para que apoyen la lucha contra el cáncer de mama.

**Fortalezas:** Fluidez verbal para concientizar a los funcionarios de la importancia de apoyar estas actividades.

**Debilidades:** abordar la estrategia adecuada para que todos los funcionarios participen de la actividad.

**Habilidades adquiridas:** Hablar con mayor fluidez en público, saber plantear una campaña.



1



2



3



4

Registro fotográfico de la campaña de lucha contra cáncer de seno.

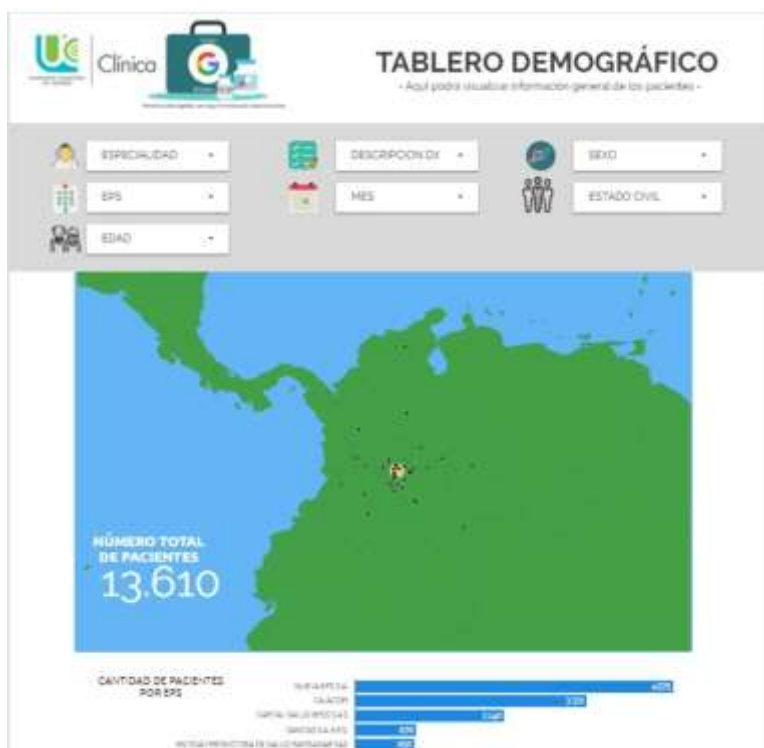
### *Dashboard* demográfico Clínica UCC

**Objetivo:** Mostrar de una forma gráfica y dinámica la información recolectada en las diferentes bases de datos de la Clínica.

**Fortalezas:** en este caso no presente fortalezas.

**Debilidades:** Como crear y diseñar un *Dashboard*, fue mi primer contacto con este tipo gráfico.

**Habilidades adquiridas:** crear y alimentar un Dashboard, recibí capacitaciones de cómo se crea y después di capacitación de cómo crearlo. Como convertir una base de datos cuadrículada en algo más visual y entretenida.





## Formularios en línea

**Objetivo:** La Clínica se encuentra en constantes cambios y uno de ellos es cambiar los formatos de papel a formularios en línea para ahorrar papel y aportarle al medio ambiente, otro motivo al que la llevo a pasar estos formatos en línea es la importancia de tener todo digital de una forma más segura y ordenada, obligando hacer uso del correo institucional implementando la plataforma Gsuite.

**Fortalezas:** en este caso no presente fortalezas.

**Debilidades:** No sabía crear formularios en línea y mucho menos como enlazar con hojas de Excel.

**Habilidades adquiridas:** Crear formularios en línea que se pueden implementar para cualquier fin, enlazar con hojas de Excel, crear gráficos.

The image shows a Google Forms interface. At the top, there are two tabs: 'PREGUNTAS' (selected) and 'RESPUESTAS'. The main title of the form is 'FORMATO DE SOLICITUD DE ELABORACIÓN, MODIFICACIÓN, ANULACIÓN E INCLUSIÓN DE DOCUMENTACIÓN'. Below the title, there is a section for 'Etiquetas del Formulario' and a placeholder for an image titled 'Titulo de la imagen'. The image placeholder contains the logo for 'Clínica' and 'Universidad Cooperativa de Colombia', along with the slogan 'Juntos por la Excelencia'.

## Creación de guiones institucionales

**Objetivo:** Indicar de una forma ordenada y clara la información que se se iba a dar en los diferentes vídeos institucionales, campañas en pro de los funcionarios, etc.

**Fortalezas:** en redacción gracias a lo visto en las diferentes materias de periodismo.

**Debilidades:** poco conocimiento en como hacer guines, y los diferentes clases existentes.

**Habilidades adquiridas:** Creación de guiones, comprender que estos nos permiten tener la información ordenada y no improvisar a la hora de generar un contenido.

### GUIÓN VÍDEO COMUNICACIONES

**Jefe encargado:** \_\_\_\_\_

**Comunicadores:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_ **Hora** \_\_\_\_\_

COMUNICADOR	CONTENIDO	TIEMPO
<b>Camila</b>	El área de mercadeo y comunicaciones de la Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia; abre sus puertas en marzo del año 2017, con el fin de fortalecer el equipo directivo que llevará a cabo la ejecución del plan de desarrollo JUNTOS POR LA EXCELENCIA. Consolidar los canales de comunicación de la Clínica y estructurar procesos y procedimientos que optimicen la gestión de la comunicación interna y externa de la Corporación.  Todas estas labores, orientadas al trabajo que todas las áreas realizan en búsqueda de la Visión institucional	
<b>Miguel</b>	<b>OBJETIVO</b> EL objetivo del área de mercadeo y comunicaciones es generar lineamientos adecuados a la estrategia institucional que permitan la creación de mensajes adecuados y la optimización de los canales de comunicación a partir de las buenas prácticas de relacionamiento, permitiendo de esta manera que la información fluya de manera asertiva con los grupos de interés y garantizando el posicionamiento y estabilidad de la marca en el área de influencia.	
<b>Laura</b>	<b>ALCANCE</b> Cada lineamiento, política y/o procedimiento generado por el área; codificado y publicado en la intranet; aplica para todas las áreas administrativas y asistenciales de la Clínica.  Se plantea a partir de las necesidades que hay de Comunicación y relacionamiento interno, teniendo como fin la emisión de modelos, planes y mensajes adecuados para cada tipo de público.  De la misma forma, la necesidad de estar midiendo los indicadores en el sector y de forma propositiva, encontrar nuevos	

## Tutoriales para realizar solicitudes de contenidos

**Objetivo:** Mediante la creación de estos tutoriales se quería dejar claro cuales eran los pasos que debían seguir los funcionarios, cuando necesitaban en apoyo del área de comunicaciones para la realización de un evento.

**Fortalezas:** en redacción gracias al conocimiento adquirido en la universidad.

**Debilidades:** aprender a contar todo en pocas palabras.

**Habilidades adquiridas:** Decir mucho en pocas palabras y la importancia de contar con un área de comunicaciones en una empresa.



## Creación de certificados

**Objetivo:** Crear certificar a funcionarios que realizan capacitaciones por parte de aliados estratégicos, y por parte de la misma Clínica.

**Fortalezas:** redacción .

**Debilidades:** diseño gráfico.

**Habilidades adquiridas:** diseño gráfico.



## Cubrimiento de simulacros

**Objetivo:** Estos simulacros buscaban evidenciar las fortalezas y las falencias que presenta la clínica en cada área, el primer registro muestra el simulacro de una emergencia presentada en sala de partos, este buscaba ver la reacción de los especialistas para atenderlo, y el segundo registro muestra el simulacro de evacuación. Estos simulacros se filmaron para después hacer un análisis de lo sucedido y buscar alternativas para suprimir las falencias.

**Fortalezas:** Manejo de equipos de filmación.

**Debilidades:** Como reaccionar frente a una emergencia.

**Habilidades adquiridas:** Los simulacros nos permiten analizar fortalezas y debilidades en caso de enfrentar una emergencia. Conocer que implementos se deben tener a la mano en una posible catástrofe.

Simulacro código rojo



Simulacro de evacuación



## Filmación y edición de vídeos

**Objetivo:** La Clínica a partir de la creación de la oficina de Comunicaciones busca hacer registro de todas las actividades realizadas en pro de los funcionarios y pacientes, para crear una base de datos, la cual permite analizar cada evento para mejorarlo.

**Fortalezas:** Manejo de equipos de filmación.

**Debilidades:** Manejo de programas de edición.

**Habilidades adquiridas:** Las principales habilidades son en manejo de programas de edición y manejo de equipos de filmación.



1



2



3



4

Fotografías tomadas de la tercera feria de seguridad en el trabajo realizada por el área de talento humano



1



2



3

Fotografías tomadas de la apertura navideña.

## **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LA EXPERIENCIA**

La Corporación Clínica Universidad Cooperativa de Colombia se visiona ser en el 2021 una Clínica acreditada reconocida por la alta calidad y complejidad de sus servicios asistenciales con impacto social positivo en la región. Para lograr cumplir los objetivos de la visión la clínica organizó por grupos de trabajo a los funcionarios más conocidos como dependencias, estos grupos de trabajo presentan falencias en temas de comunicación, planeación, trabajo en equipo, compromiso con su grupo de trabajo. Estas dificultades presentadas internamente se ven reflejadas en la calidad del servicio que se presta al usuario.

La administración encabezada por su Directora general Lidys Mayerling Herrera García identifica la problemática que se vive en las diferentes dependencias y sabe que para poder alcanzar el objetivo de la visión necesita suplir esas falencias y reestructurar el compromiso del personal trabajador. A partir de esa necesidad surge la idea de contar con un equipo de comunicadores que con sus conocimientos puedan aportar para mejorar esta problemática.

De la mano de la comunicadora social Diana González Pulido el nuevo equipo de comunicación se reúne con la Directora general para analizar la situación que se está presentando y de qué manera se puede intervenir para ayudar a solucionar estas deficiencias presentadas. Se llegó al acuerdo de que se haría un registro audiovisual de las diferentes actividades a realizar por parte de la Clínica para efectuar el pertinente seguimiento a partir del apoyo del comunicador.

Antes de iniciar con el apoyo a los líderes de cada dependencia se realizó un análisis visual para identificar en que estaban fallando y se determinó que una de las principales deficiencias era la forma de transmitir los mensajes para que llegaran a los receptores de una forma clara, sencilla y concisa y cuál sería el medio adecuado para la difusión. Después de dar a conocer el análisis a

los líderes ellos dieron a conocer las estrategias que tenían pensado implementar para que sus equipos se motivaran, al conocer dichas estrategias el comunicador desde sus conocimientos apoya al líder y sugiere algunos cambios para que el proceso sea más efectivo, las estrategias que se desarrollaron se registraron en productos audiovisuales como, la feria del paciente, la semana en seguridad del trabajo, actividades para los hijos de funcionarios, simulacros, actividades para los pacientes etc.

Cuando se tuvo los primeros acercamientos los líderes no daban la importancia necesaria al comunicador, realizaban sus actividades sin contar con el apoyo del profesional, ese fue uno de los principales retos que asumió el comunicador para demostrar al líder que era indispensable en cada proceso comunicativo, cuando se explicó y se dio la oportunidad de aplicar los conocimientos en el proceso se dieron cuenta los líderes que en realidad el comunicador no quería protagonismo si no por el contrario ayudar suplir las falencias y mejorar la calidad en los servicios.

Una de las principales dificultades que se presentó durante todo el proceso de la práctica era el no contar con los equipos para la realización de las actividades a desarrollar por la clínica, esto delimito mucho el proceso que se tenía planeado hacer con los líderes de cada área de trabajo.

El cambio más notorio que se pudo identificar al finalizar el periodo de práctica fue el proceso que se dio con cada dependencia sobre cuál era la función de un comunicador social dentro de un equipo de trabajo y como estos entendieron que para que un grupo de trabajo sea más unido, comprometido y fluido es esencial la participación de un profesional de la comunicación. Fue tan fuerte la influencia del comunicador en los procesos comunicativos de los líderes que estos buscaban al comunicador para contar con el apoyo y la asesoría necesaria para transmitir el mensaje correcto.



## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Con la elaboración de este trabajo se puede reflejar el proceso realizado durante los seis (6) meses de práctica y las diferentes actividades realizadas en la clínica UCC resaltando los objetivos de cada proceso, fortalezas obtenidas durante el transcurso de formación profesional, debilidades que aparecían frente a cada actividad a desarrollar y que habilidades adquiridas deja cada proceso desarrollado.
- Este proceso de práctica profesional aparte de ser el primer acercamiento con el mundo laboral y empezar a aplicar la teoría a la práctica permite al alumno probarse que tan capacitado esta para salir a buscar empleo, y hacerse un análisis profesional para identificar porque se presenta esas carencias y de qué modo se pueden contrarrestar. Esta sistematización le permite a la universidad observar en que puntos está fallando y buscar fortalecer esas falencias para graduar profesionales más competentes.
- Al mostrar las habilidades adquiridas, la universidad puede observar que tan viable es el sitio de práctica para los estudiantes, la finalidad que se busca es poder medir competencias del educando y analizar los conocimientos con el que se gradúa. Las habilidades con las que sale el estudiante es el reflejo del nivel educativo con el que cuenta la universidad, a raíz de esto la Corporación debe tener un mayor grado de responsabilidad tanto en el contenido que maneja en el pensum y los sitios con los que

crea convenios, ya que somos el resultado del proceso formativo y la excelencia que busca fortalecer.

- Las recomendaciones que dejo a través de esta sistematización, es plantearse la posibilidad de no hacer más convenios sino acordar un contrato de aprendizaje donde la universidad deja la percepción de no valorar el conocimiento adquirido del estudiante al no exigir como ente académico que le paguen a sus alumnos, pues al estar a puertas de salir ya tenemos la suficiente capacidad intelectual y profesional de ejecutar actividades correspondientes a la línea comunicativa en la que se desempeña. Estos convenios están perjudicando tanto a los estudiantes al durar seis (6) meses sin recibir ingresos y a los profesionales dado a que las empresas solo solicitan practicantes porque no tienen la obligación de remunerarlos, esto trae como consecuencia el alto índice de desempleo en profesionales recién graduados.
- Otra sugerencia es plantear un mejor contenido de pensum en donde se puedan incluir materias que tengan contenido para la línea periodística como para la línea social y organizacional, así los profesionales tenemos mayor posibilidad de conseguir empleo en los diferentes campos de la comunicación.
- Por ultimo dejo la recomendación de que a la hora de contratar docentes realicen un mejor filtro de selección y no sobrecarguen con materias a los profesores debido a que no cumplen los objetivos de cada asignatura trayendo como consecuencia insuficiencia en las competencias que necesita obtener el alumno.

- El proceso de práctica profesional es importante porque permite al estudiante aclarar dudas y afianzarse por esa línea profesional cuando se dispone a buscar oportunidades laborales, es por ello la importancia y la responsabilidad de la universidad en buscar las mejores plazas de práctica que le aporten habilidades al futuro profesional.

## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	AGOSTO	SEPTIEMB RE	OCTUBR E	NOVIE MBRE	DICIE MBRE	ENER O
<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización De Campaña De Prevención De Prevención Y Cuidado De La Salud Durante La Visita Del Papa Francisco.</li> </ul>	X					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación De Herramienta Gsuite Por Parte De Google Bogotá</li> </ul>	X					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Registro fotográfico</li> </ul>	X	X	X	X	X	X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmación de vídeos institucionales</li> </ul>	X					X
<ul style="list-style-type: none"> <li>Redacción de notas escritas</li> </ul>	X					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de piezas gráficas</li> </ul>	X		X		X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubrimiento de eventos</li> </ul>	X					

realizados por la clínica						
• Edición de vídeos	X		X		X	X
• Difusión de los vídeos e imagen sobre las recomendaciones para la visita del papa a través de redes y correo institucional	X					
• Capacitación sobre el Dashboard demográfico	X					
• Creación De Boletines De Circulación Interna		X				
• Creación de guiones		X		X	X	X
• Creación de vídeos a funcionarios sobre cómo fue el proceso de preparación para la visita del papa		X				
Creación de circulares sobre cómo se vivió la		X				

visita del papa en la clínica						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estar pendiente el día antes y el día de la visita del papa para informar cualquier irregularidad</li> </ul>		X				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recorrido por pisos en día antes y el día de la visita del papa como trabajaban los funcionarios y la forma como se prepararon para atender cualquiera emergencia, se filmaron videos y se hizo registro fotográfico.</li> </ul>		X				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Campaña uso correo institucional</li> </ul>		X				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de la agenda de relacionamiento directora</li> </ul>		X				

general						
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y ejecución de campaña día mundial de lucha contra el cáncer de mama</li> </ul>			X			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edición del material recolectado de la campaña</li> </ul>			X			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción de la tercera semana de salud en el trabajo mediante vídeos y piezas gráficas</li> </ul>			X			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Filmación de vídeos implementados durante el evento</li> </ul>			X			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cubrimiento del evento de Halloween realizado a</li> </ul>						

<ul style="list-style-type: none"> <li>hijos de funcionarios</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de formularios en línea</li> </ul>				X		
Creación Tutoriales para realizar solicitudes de contenidos				X		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubrimiento de la feria de servicios mediante vídeos y registro fotográfico</li> </ul>				X		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubrimiento de evento día del médico mediante filmación de vídeos y registro fotográfico</li> </ul>				X		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacitación por parte de google sobre firma digital</li> </ul>				X		



<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmación de los simulacros código rojo y simulacro de evacuación</li> </ul>				X		
<ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de pieza grafica actividad de hijos de funcionarios</li> </ul>					X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubrimiento del evento para los hijos de funcionarios</li> </ul>					X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Filmación del evento primeras comuniones de hijos de funcionarios</li> </ul>					X	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Cubrimiento del evento de apertura navideña</li> </ul>					X	
Filmación de vídeos de navidad					X	

Creación de certificados					X	
--------------------------	--	--	--	--	---	--

## REFERENCIAS

- Rodríguez Guerra (2005) teorías de la comunicación organizacional, Gestipolis.  
Recuperado de <https://www.gestipolis.com/teorias-comunicacion-organizacional/>
- Díaz Cabanillas (2011) Comunicación organizacional, universidad de Chiclayo facultad de ciencias de la comunicación escuela de periodismo. Monografias.com. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos86/la-comunicacion-organizacional/la-comunicacion-organizacional.shtml>
- Rodríguez Morales (2016) la comunicación dentro de las organizaciones, Universidad Militar Nueva Granada facultad de posgrados gestión de desarrollo administrativo. Recuperado de [http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14976/5/RODRIGUEZ%20MORALESANGEL A%20YOJANA2016.pdf](http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/14976/5/RODRIGUEZ%20MORALESANGEL%20YOJANA2016.pdf)
- Contreras (2011) Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional. RRPP portal de relaciones públicas. Recuperado de <http://www.rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>

- Córdoba (2016) Sistematización de experiencias INHOUSE FCC. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Rectoría Sede Principal, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Trabajos de grado, Tecnología en Comunicación Gráfica (Sede Principal). DSpace Repository. Recuperado de <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/handle/10656/4928>
- Vargas, Acero (2016) Sistematización de la Práctica Profesional Dejando Huellas Verdes para la Primera Infancia: en el Jardín Social Sol Y Luna. Corporación Universitaria Minuto de Dios. Rectoría Cundinamarca. Centro Regional Soacha. Trabajos de Grado. Facultad de Educación (Soacha). Licenciatura Pedagogía Infantil (Soacha). DSpace Principal. Recuperado de <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/handle/10656/4548>
- Álzate (2016) Sistematización de la Práctica Profesional en la Unidad para la Atención y Reparación Integral de las Víctimas del Conflicto Armado. Territorial-Antioquia. Rectoría Antioquia y Eje Cafetero. Sede Bello. Facultad de Ciencias Humanas y Sociales (Bello) Trabajos de grado. Trabajo Social (Bello). DSpace Principal. Recuperado de <http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/handle/10656/5>