

**Comunicación en Salud: Enfoque Orientativo Evidencia de la Barrera en la Comunicación
y Falta de Orientación en la IPS Tequendama de la EPS SURA**

Presentado por

Alejandro Melo Vásquez

Rosa Eddy Ordoñez Caicedo

Rocío del Pilar Mosquera Casierra

Jessica Guiomar Coral Pachón

Eliana Yamile Benavides Nazate

Asesora

Martha Lucia Ospina Gómez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias de la Salud

Diplomado de profundización comunicación en salud

Junio 2024

Resumen

A través de esta estrategia se ve reflejada la intervención que se realiza en la IPS Tequendama de la EPS Sura, para el fortalecimiento de la atención en salud, que se enfoca en la creación del punto de orientación para asegurar una atención oportuna al usuario guiándolo en el proceso posterior al salir de una cita médica, con esta intervención se garantiza una atención continuada y efectiva. Se utilizarán los canales de comunicación como folletos, videos y la comunicación 4.0 como los medios de difusión masiva y aplicaciones para ofertar este punto y que la población lo reconozca, acuda a este y obtenga el mejor beneficio en su atención.

Palabras clave: Comunicación, Salud, Puntos, Orientación

Abstract

Through this strategy, the intervention carried out in the IPS Tequendama of the EPS Sura is reflected, for the strengthening of health care, which focuses on the creation of the orientation point to ensure timely attention to the user by guiding them in the process after leaving a medical appointment, with this intervention continued and effective care is guaranteed.

Communication channels such as brochures, videos and 4.0 communication such as mass media and applications will be used to offer this point so that the population recognizes it, goes to it and obtains the best benefit from their attention.

Keywords: Communication, Health, Points, Guidance

Tabla de Contenido

Introducción	6
Justificación	7
Objetivos.....	8
Objetivo General	8
Objetivos Específicos	8
Comunicación en Salud	9
Conceptualización del Modelo de Creencias en Salud	9
Planteamiento de la Estrategia	12
Integran las Cuatro P en la Estrategia.....	13
Material Audiovisual.....	14
Logotipos de Punto de Atención.....	14
Folleto Informativo	14
Video Informativo	15
Perfil de Instagram.....	16
Perfil de Facebook	16
Evaluación de la Estrategia	17
Video Colaborativo de la Estrategia.....	17
Conclusiones.....	18
Referencias Bibliográficas	19

Lista de Figuras

Figura 1 <i>Identificador Visual</i>	14
Figura 2 <i>Folleto Informativo</i>	15
Figura 3 <i>Video Informativo</i>	15
Figura 4 <i>Perfil de Instagram</i>	16
Figura 5 <i>Perfil Facebook</i>	16

Introducción

La comunicación en salud es fundamental para informar, influir e impartir temas relevantes a nivel individual, colectivo e institucional. Sin la comunicación, el esfuerzo de las entidades por la promoción y prevención no tendría un impacto positivo en la vida de las personas. La comunicación y la salud son el engranaje para las estrategias y políticas de desarrollo a favor de los ciudadanos.

El Plan Territorial de Salud es una herramienta crucial para mejorar la salud en los territorios. Sin embargo, es fundamental superar las barreras comunicativas para garantizar su efectividad y equidad en la atención a la población. A pesar de su importancia, existen dificultades relacionadas con el acceso limitado a la información. Estas barreras en la comunicación pueden afectar la implementación efectiva del PTS. En particular es necesario mejorar el acceso limitado a la información del Historial de Salud del Ciudadano (SURA) y abordar las barreras que impiden que los pacientes tengan acceso ilimitado a la información correcta y confiable sobre la administración de fórmulas de medicamentos, permitiéndoles tomar decisiones informadas.

Justificación

La salud es el estado pleno en el que se quiere sentir el hombre, con ausencia de enfermedad, reconociendo el sentido de su vida y desarrollando sus capacidades realiza actividades que mejoran su estilo de vida y otras para evitar el riesgo de afectarla, encaminando hacia lo que se conoce como la prevención y la promoción de la prevención, siendo un ser social, la comunicación es un medio muy importante para difundir el conocimiento y así, mejorar el estilo de vida del resto de su comunidad.

La comunicación en salud representa el esfuerzo de los profesionales y de las entidades que velan por la salud de la población, construyendo mensajes e información que a través del tiempo ha evolucionado con la tecnología, relevantes para llegar a todas las personas y en los diferentes contextos, campañas de promoción y prevención, la relación del profesional médico y el paciente, las estrategias de adherencia a los tratamientos, la salud pública, los lineamientos en las prácticas hospitalarias y los avances en la ciencia.

Con la comunicación 4.0 los medios de comunicación se modernizan y a través de los medios digitales de difusión, transmitir toda esta información con inmediatez y llegando así a la mayoría de población.

Por ello, nuestra estrategia desemboca en la creación del punto de orientación, con este proceso se mejora la atención proporcionando la orientación adecuada al usuario luego de la cita médica, realizando un acompañamiento efectivo respecto a los lugares en los cuales continúan con su atención, identificando los números a los cuales se debe comunicar, asesorándolo sobre la documentación que debe tener si debe solicitar historia clínica de la atención, enfatizando en las recomendaciones médicas, durante este proceso las 4 p en salud se ponen en acción, siendo participativa, predictiva, personalizada la atención, con enfoque de promoción y prevención.

Objetivos

Objetivo General

El objetivo general de esta estrategia de comunicación en salud es intervenir en una debilidad detectada en la IPS Tequendama de la EPS Sura, trabajando en conjunto para fortalecer al sistema de salud y estimular al comportamiento saludable, es la creación del punto de orientación que representa la articulación efectiva entre la IPS, el usuario y el resto de los actores que participan en su atención en salud, usando canales convencionales de comunicación como folletos, videos y medios masivos de difusión como las redes sociales para llegar a toda la población y que identifiquen el punto de orientación al salir de la cita médica y será su mejor aliado para que lo guiará en su proceso de atención en salud.

Objetivos Específicos

Desarrollar material educativo audiovisual como folletos y videos para promocionar el punto de orientación.

Promover el uso de medios de comunicación digitales para que el usuario identifique el punto de orientación.

Comunicación en Salud

Enfoque Orientativo Evidencia de la Barrera en la Comunicación: Falta de Orientación en la IPS Tequendama de la EPS SURA.

En la EPS SURA, en la ciudad de Cali, Valle del Cauca, se detectó la barrera en la comunicación: Acceso limitado a la información por lo que se eligió este tema para trabajar en una estrategia que fortaleciera y reforzara la comunicación, y así lograr un mejoramiento en la atención. La prestación de los servicios de la entidad es oportuna y eficiente sin embargo, al terminar la consulta médica no existe una orientación acerca de los documentos que pueden ser necesarios si se requiere una remisión a un especialista en otra entidad adscrita, o si al momento de la cita solicitan la historia clínica de la última atención, la cual se debe solicitar con anterioridad a través de la página virtual, lo que genera reprocesos y en el caso de los medicamentos, cuando son entregas prolongadas, al pasar el tiempo y reclamar la siguiente entrega, solicitan sello del médico, lo que genera un reproceso, debido a que el usuario se debe dirigir a la oficina de atención al usuario y esperar que el médico auditor analice el caso en particular y proceda a sellar el documento, estas son barreras en la comunicación que se pueden mejorar si la persona orientadora luego de las citas médicas, verificando de manera eficaz y eficiente logra identificar cuáles son los documentos requeridos, brinda la información correcta y completa acerca de las fórmulas de medicamentos, lo que garantizaría que el usuario termine su ciclo de atención adecuadamente, resaltamos la importancia de este tema para mantener y mejorar la calidad de los servicios y la atención al usuario.

Conceptualización del Modelo de Creencias en Salud

El Modelo de Difusión de Innovaciones (DOI) desarrollado por Everett Rogers (1963), se refiere al proceso por medio del cual un individuo adopta nuevas ideas, prácticas u objetos y la

manera de trasmitirla a los demás miembros de un sistema social, por diferentes canales de comunicación.

Este modelo se utiliza para difundir información y que se adopten cambios a través de nuevas ideas, prácticas o tecnologías, existe 5 etapas por las que pasa un individuo en el proceso de adoptar o rechazar una innovación:

Conocimiento: Conoce la innovación y su función.

Persuasión: Forma su propia opinión, si es favorable o no lo es.

Decisión: Acepta la innovación o la rechaza, si la acepta inicia una serie de actividades para adoptarla.

Implementación: Realiza sus actividades cotidianas incluyendo la innovación.

Confirmación: El individuo busca refuerzo sobre la decisión tomada.

El segundo modelo que se utiliza es el Modelo de creencias de la salud el cual está diseñado para identificar riesgos y beneficios luego de adoptar una conducta particular de salud.

Las dimensiones de las que cuenta el modelo de creencias de la salud, susceptibilidad percibida, la severidad percibida, los beneficios y las barreras percibidos. (Rosenstock, 1974).

El Modelo de Creencias en salud explica conductas relacionadas con prevención de enfermedades, se aplica en el uso de servicios de salud, en el cumplimiento de recomendaciones médicas, este modelo es importante muestra cómo se estructuran y se modifican las creencias que tienen los individuos ante nuevos conceptos.

Utilizaremos la estrategia accesible de información, educación y comunicación en salud (IEC), que incluye las 4p en salud y se basa en el modelo de "Difusión de Innovaciones" desarrollado por Everett Rogers (2003), y en el modelo de creencias de la salud (Health Belief Model- HBM). El objetivo es fortalecer la comunicación en la IPS Tequendama de la EPS Sura,

a través de la orientación de los usuarios que terminan una consulta médica para que sean direccionados correctamente, que se brinde la información adecuada respecto a documentación, fórmulas médicas, historias clínicas y así asegurar que los usuarios obtengan una atención integral y segura.

Dicha IPS cumple con las políticas establecidas en el Plan Territorial de Salud para la detección temprana de enfermedad crónica, identificación y seguimiento de la población en riesgo y cuenta con programas de promoción y prevención (PyP), servicio de odontología, imágenes diagnósticas, laboratorio, vacunación, toma de citología y consultorios para consulta externa y consulta prioritaria, brindan mensajes acerca del autocuidado, de hábitos saludables, de temas de salud actuales como el dengue, acciones para prevenir, signos y síntomas para consultar, lo que se quiere lograr es brindar la información clara que permita al usuario comprender que debe dirigirse al orientador u orientadora como paso obligatorio para que revise su proceso luego de ser atendido por el profesional de la salud.

Esta estrategia accesible de información, educación y comunicación en salud (IEC), basada en el modelo de "Difusión de Innovaciones" incluye las 4p en salud:

Es predictiva, permite llegar a todos los usuarios entre ellos los hijos de padres con enfermedades crónicas y hereditarias, cuyos hábitos de vida se pueden ver modificados por la información recibida durante la estancia en la IPS, información que recibe de los canales de comunicación como son: la televisión, los folletos, las educaciones que recibe estando en los espacios intrainstitucionales como las salas de espera.

Es participativa debido a que el rol que desempeña el usuario es de protagonista, el enfoque es de autocuidado lo que le permite tomar decisiones respecto a su estado de salud, y

debe dirigirse al orientador u orientadora para que le indique lo que deberá realizar y así dar continuidad de una manera correcta a su atención.

Es preventiva, de manera escrita el profesional de la salud brinda las recomendaciones e indica las acciones que debe tomar y evitar, al momento de recibir la información por parte del orientador u orientadora las recibe, lo cual permite al usuario tener dominio sobre esta información y aplicarla.

Es personalizada debido a que la atención por parte del orientador u orientadora va dirigida a cada persona en particular, revisa la documentación e indica los pasos que debe realizar, a dónde dirigirse, dónde llamar, indica dónde obtener la documentación completa como historia clínica, renovación de fórmulas de medicamentos, informa si la atención es en otra entidad, con el fin de darle continuidad a su proceso de atención.

El orientador u orientadora aplica la comunicación redundante en la cual evalúa si el paciente entendió y comprendió la información y las indicaciones dadas y así captar alguna duda y corregirla.

Planteamiento de la Estrategia

Solicitar una reunión con los representantes de la asociación de afiliados y usuarios de EPS SURA para exponer la problemática y la estrategia a implementar, una de las funciones de la asociación es ser interlocutor de afiliados y usuarios ante el nivel administrativo de IPS, EPS SURA para generar acciones orientadas al mejoramiento de la calidad de los servicios, nuestra estrategia está orientada a fortalecer la comunicación por lo tanto, el objetivo es abordar la orientación del usuario luego de salir de consulta médica, con el fin de evitar reprocesos y que el paciente sepa a dónde dirigirse, que tenga la documentación completa y la información exacta para continuar con su proceso.

Integran las Cuatro P en la Estrategia

Una persona orientadora se encargará de brindar la atención a cada usuario luego de la atención médica, siendo esta una atención personalizada, entregará las recomendaciones médicas, por lo tanto estimula a la lectura y a la adherencia de las mismas, ejerciendo una función preventiva, el usuario transmite a sus familiares, estas recomendaciones e información recibida ejerciendo así una función predictiva la cual permite reconocer en los hijos de estas personas condiciones que favorecen a la aparición de estas patologías y con la modificación de algunas acciones contribuir a un mejor estado de salud, por ejemplo: No omitir los controles de citología o la realización del autoexamen de mamas, es una advertencia y un recordatorio tanto para las propias usuarias como para sus hijas, en el caso de las mujeres.

Se socializará esta intervención con la creación de materiales educativos claros y accesibles por medio de mensajes escritos como folletos, infografías y en los videos transmitidos en los televisores de las salas de espera sobre prevención se adicionará la información que existirá una persona orientadora que lo guiará luego de salir de consulta médica y se darán a conocer los beneficios que tendrá: Recibir la documentación, recomendaciones e información completa del lugar al cual debe dirigirse o el número al cual debe llamar para darle continuidad a su proceso y en este momento se da la función participativa, debido a que el usuario reconoce la importancia de este recurso y debe dirigirse a su encuentro para su propio beneficio.

Se implementarán campañas de difusión en plataformas de la EPS y plataformas digitales.

Evaluación: Se realizará entrevista para medir el impacto de la estrategia. Se utilizarán indicadores cuantitativos y cualitativos y según lo que arroje la evaluación se corrigen los aspectos a mejorar.

Material Audiovisual

La estrategia se desarrollará mediante este material audiovisual y con la comunicación 4.0 utilizando las redes sociales creamos y difundimos contenido informativo para identificar nuestra campaña y sea reconocido por los usuarios.

Se diseño y creo el siguiente material audiovisual:

Logotipos de Punto de atención

Figura 1

Identificador Visual



Nota. Logotipo de presentación

Folleto Informativo

Enlace

https://www.canva.com/design/DAGF72CwYVQ/SQKrfOTdMdLb2GVjKhcUrQ/edit?utm_content=DAGF72CwYVQ&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Figura 2

Folleto Informativo



Nota. Información de puntos de orientación al usuario

Video Informativo

Enlace <https://www.powtoon.com/s/fuPHoWcKyS2/1/m/s>

Figura 3

Video Informativo



Nota. Video informativo de puntos de orientación.

Perfil de Instagram

Enlace https://www.instagram.com/punto_de_orientacion?igsh=eWtnYTYxMGJ2bXI3

Figura 4

Perfil de Instagram



Nota. Imagen de pagina de Instagram

Perfil de Facebook

Enlace <https://www.facebook.com/puntodeorientacion?mibextid=ZbWKwL>

Figura 5

Perfil Facebook



Nota. Imagen de pagina

Evaluación de la Estrategia

Se realizará encuesta al azar de manera presencial para medir el impacto de la estrategia.

Se utilizarán indicadores cuantitativos y cualitativos y según lo que arroje la evaluación se corrigen los aspectos a mejorar.

Los indicadores cualitativos se tomarán de los comentarios en las encuestas, y en las redes sociales.

Los indicadores cuantitativos se tomarán de la cantidad de seguidores en las redes sociales.

Video Colaborativo de la Estrategia

Enlace:

https://youtu.be/AJH3kc1H5U0?si=Cshh1xfSyk_REBCy

Conclusiones

Una estrategia integral de comunicación en salud debe considerar la inclusión y accesibilidad, asegurando que todos tengan acceso a información relevante y confiable para tomar decisiones informadas sobre su salud. La comunicación y la salud son aliados estratégicos que ofrecen una atención óptima. Esto nos hace reflexionar no solo en las propias prácticas clínicas y médicas en sí, que son buenas, sino también en todo el ciclo que conlleva la atención inicial hasta su finalización. Es importante orientar de manera asertiva a los usuarios para que reciban una información completa e indispensable, lo que contribuirá a lograr una atención médica oportuna e impedir reprocesos que se verán reflejados en su estado de salud.

Establecer una estrategia permite intervenir una situación que requieren mejoras, desarrollando planes de acción a través de la comunicación en salud, y de esta manera generar un impacto social para mejorar las condiciones de vida de las personas.

Referencias Bibliográficas

- Del Valle Rojas, C. (2003). *Comunicar la Salud Open this ocument with Read Speaker docReader* . Temuco Chile, Ediciones Universidad de la Frontera. <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comunicarsalud.pdf>
- IT Digital Media Group. (2017, septiembre). Salud 4.0: la Sanidad personalizada y centrada en el paciente. <https://www.ituser.es/content-marketing/2017/09/salud-40-la-sanidad-personalizada-y-centrada-en-el-paciente>
- León, J. C. (2019). *Impacto de las tecnologías disruptivas en la percepción remota: big data, internet de las cosas e inteligencia artificial*
- Martínez Hernández, J. (2015). ¿Cuáles son los retos actuales en la comunicación en salud? <http://hdl.handle.net/10016/22164>
- Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). Plan Decenal de Salud Pública PDSP 2022-2031. <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/PSP/lineamientos-formulacion-pdsp-2022-2031.pdf>
- Saldívar Blanco, J. M. (2015). *La Red Iberoamericana de Comunicación y Salud en el CIDICS UANL*. <http://hdl.handle.net/10016/22179>