

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL



PROYECTO DE GRADO

**PLAN INFORMATIVO PARA LA DIFUSIÓN DE SERVICIOS DEL
CENTRO DE SALUD APUMALLA DE LA ZONA VILLA VICTORIA
DE LA CIUDAD DE LA PAZ, GESTIÓN 2020**

POSTULANTE: Univ. Noelia Eugenio Silva

TUTOR: Lic. Gonzalo Leonardini Marin

LA PAZ – BOLIVIA

2021

AGRADECIMIENTOS

Agradecer la guía y colaboración brindada por el Lic. Santos Huanca de la Unidad de Comunicación de la Alcaldía de La Paz, a las jefes de Comunicación de la Organización Panamericana de la Salud/ Organización Mundial de la Salud (OPS/OMS), Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia, a la directiva del Centro de Salud Apumalla, directiva de la junta de vecinos de la zona de Villa Victoria, docentes de la Universidad Mayor de San Andrés y periodistas del área de sociedad.

En especial agradecer al señor tutor del proyecto de grado, Lic. Gonzalo Leonardini, por aceptar y acompañar del arduo trabajo.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre Santusa Rosalía Silva Laura (+), mi padre Santiago Eugenio y hermano Michael Eugenio Silva por su apoyo, aliento e impulso que me brindaron para desarrollar uno de mis mayores sueños académicos.

También a mis angelitos que me acompañan todos los días desde el cielo Sean Jhonn Marcos Torrez (+) y Viviana Chaiña Silva (+).

RESUMEN

Conocer y comprender la realidad de la salud en Bolivia es la base fundamental para proponer a través de la Comunicación Social, políticas, estrategias y planes de intervención para prevenir enfermedades en pro del desarrollo de la comunidad. Así pues los espacios de gestión y atención al paciente deben ser reflexionados en torno a las prácticas y su relación con los conceptos para implementar la Comunicación Social en sus diferentes modalidades: mediática, interpersonal, institucional e interactiva; motivo por el que la difusión de servicios requiere del establecimiento de un plan informativo.

Es así que para la presente investigación se planteó como objetivo general proponer un plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020 en base a un diseño no experimental de tipo correlacional y, con un enfoque mixto. Por tanto tras la aplicación de los instrumentos de investigación se pudo evidenciar que dicho centro de salud, no cuenta con un plan informativo y además, de acuerdo a la información recopilada las tecnologías de información y comunicación (TIC's) generan un impacto significativo en el público meta, siendo que para realizar la respectiva propuesta se consideró a los medios digitales como una alternativa de intervención comunicacional, ya que se pudo advertir que los medios de comunicación tradicional como radio y prensa escrita fueron desplazados.

De este modo se estructuró la propuesta de plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, con denominativo “Primero Salud, Primero tu Centro”, siendo que para el mismo, los medios digitales se establecen como instrumentos primordiales para la difusión de información, así prevenir enfermedades.

Palabras Clave: *Comunicación Social, Plan Informativo, Difusión de Servicios, Salud, Medios Digitales.*

ABSTRACT

Knowing and understanding the reality of health in Bolivia is the fundamental basis for proposing through Social Communication, policies, strategies and intervention plans to prevent diseases for the development of the community. Thus, the management and patient care spaces must be reflected on practices and their relationship with the concepts to implement Social Communication in its different modalities: media, interpersonal, institutional and interactive; This is why the dissemination of services requires the establishment of an information plan.

Thus, for this research, the general objective was to propose an informative plan for the dissemination of services of the Apumalla Health Center in the Villa Victoria area of the city of La Paz, management 2020 based on a non-experimental design of a correlational type and, with a mixed approach. Therefore, after the application of the research instruments, it was possible to show that said health center does not have an information plan and also, according to the information collected, information and communication technologies (ICTs) generate a significant impact on the public. Goal, being that in order to carry out the respective proposal, digital media was considered as an alternative of communication intervention, since it could be noticed that the traditional communication media such as radio and written press were displaced.

In this way, the proposed information plan for the dissemination of services of the Apumalla Health Center was structured, with the term "Health First, Your Center First", being that for it, digital media are established as primary instruments for the dissemination of information, thus preventing diseases.

Key Words: *Social Communication, Information Plan, Dissemination of Services, Health, Digital Media.*

ÍNDICE GENERAL

Agradecimientos	
Dedicatoria	
Resumen	
Abstract	
Índice General	
Índice de Tablas	
Índice de Gráficos	
Índice de Figuras	
Introducción.....	1

CAPÍTULO I

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1. Planteamiento del problema	3
1.2. Objetivos.....	7
1.2.1. Objetivo general	7
1.2.2. Objetivos específicos	7
1.3. Justificación	7
1.4. Delimitación de la investigación	9
1.4.1. Delimitación temática	9
1.4.2. Delimitación espacial	9
1.4.3. Delimitación temporal	10
1.5. Enfoque metodológico.....	10
1.5.1 Diseño de la investigación.....	10
1.5.2 Tipo de investigación	10
1.5.3 Enfoque de la investigación	10
1.5.4 Variables.....	11
1.5.4.1 Identificación de Variables	11
1.5.4.2 Operacionalización de Variables	12
1.5.5. Métodos	13

1.5.6. Técnicas de investigación	14
1.5.7. Población y muestra.....	15

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1. Antecedentes de la Investigación	18
2.2. Comunicación.....	19
2.3. Información	20
2.4. Comunicación para la salud.....	22
2.5. Planificación en comunicación.....	23
2.5.1. Análisis	23
2.5.2. Diseño estratégico.....	23
2.5.3. Desarrollo, prueba, revisión y producción de mensajes	24
2.5.4. Gestión, ejecución y fiscalización	24
2.5.5. Evaluación del impacto	24
2.6. Instrumentos de la planificación	24
2.7. Datos para el plan informativo	26
2.8. Difusión de servicios	27
2.9. Características de la difusión de información.....	28

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL.....	30
-------------------------------	-----------

CAPÍTULO IV

MARCO INSTITUCIONAL

4.1. Características generales de la institución	34
4.1.1. Datos de identificación	34
4.1.2. Antecedentes de la institución	34
4.2. Objetivos, Misión y Visión.....	35
4.2.1. Objetivos de la institución	35
4.2.2. Misión de la institución	36

4.2.3. Visión.....	36
4.3. Característica de la organización institucional	36
4.3.1. Recursos humanos	36
4.3.2. Servicios del Centro de Salud Apumalla.....	37
4.3.3. Localización.....	38
4.3.4. Organigrama de la institución.....	38
4.4. Marco Normativo	39

CAPÍTULO V

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

5.1. Presentación de resultados Encuesta de Opinión	43
5.2. Análisis y Sistematización Entrevistas Semi-estructuradas	59
5.3. Diagnóstico Institucional.....	62

CAPÍTULO VI

MARCO PROPOSITIVO

6.1. Título de la Propuesta	65
6.2. Antecedentes de la Propuesta	65
6.3. Objetivos de la Propuesta	65
6.3.1. Objetivo general de la Propuesta.....	66
6.3.2. Objetivos específicos.....	66
6.4. Población Meta	67
6.5. Metodología.....	67
6.6. Líneas de Acción	68
6.7. Planificación en comunicación.....	68
6.7.1. Análisis	69
6.7.2 Diseño de la propuesta.....	70
6.7.3 Desarrollo, prueba, revisión y producción de mensajes	71
6.8. Procedimientos para la difusión	87
6.9. Presupuesto	88
6.10. Justificación.....	88

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones.....	90
7.2. Recomendaciones	92

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de Variables de Investigación	12
Tabla 2: Esquema de conductas por medio de información.....	21
Tabla 3: Macrodistritos de la ciudad de La Paz.....	32
Tabla 4: Personal del Centro de Salud Apumalla.....	37
Tabla 5: Edad de los Encuestados	43
Tabla 6: Sexo de los Encuestados.....	44
Tabla 7: Estado Civil de los Encuestados.....	45
Tabla 8: Tipo de Vivienda de los Encuestados.....	46
Tabla 9: Medios de Comunicación más Usados para informarse según los Encuestados	47
Tabla 10: Seguro de Salud de los Encuestados	48
Tabla 11: Ítem 1. Cuando usted se enferma acude a	49
Tabla 12: Ítem 2. Durante el último año ¿Usted asistió al Centro de Salud Apumalla para recibir atención médica?	50
Tabla 13: Ítem 3. ¿Conoce los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla?.....	51
Tabla 14: Ítem 4. ¿Cuál o cuáles servicios de salud conoce?.....	52
Tabla 15: Ítem 5. ¿Cómo se informa sobre algún servicio del Centro de Salud Apumalla?.....	53
Tabla 16: Ítem 6. ¿Sobre qué servicio le gustaría recibir información?.....	54
Tabla 17: Ítem 7. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la información?.....	55

Tabla 18: Ítem 8. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información sobre los servicios del Centro de Salud Apumalla?	56
Tabla 19: Ítem 9. Cuándo recibe información en salud, usted prefiere que sea de forma:	57
Tabla 20: Ítem 10. Reclamos y sugerencias respecto a los Servicios del Centro de Salud Apumalla.....	58
Tabla 21: Lineamientos y datos para mensajes	71
Tabla 22: Contenido de la propuesta-mensajes	75
Tabla 23: Guión Video Informativo Nro.1 Servicios de salud.....	85
Tabla 24: Guión Video Informativo Nro.2 Requisitos y pasos para atención	86
Tabla 25: Cronograma procedimientos para la difusión de información	87
Tabla 26: Presupuesto para la Aplicación de la Propuesta.....	88

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Edad de los Encuestados	44
Gráfico 2: Sexo de los Encuestados	44
Gráfico 3: Estado Civil de los Encuestados.....	45
Gráfico 4: Tipo de Vivienda de los Encuestados	46
Gráfico 5: Medios de Comunicación más Usados para informarse según los Encuestados	47
Gráfico 6: Seguro de Salud de los Encuestados	48
Gráfico 7: Ítem 1. Cuándo usted se enferma acude a	49
Gráfico 8: Ítem 2. Durante el último año ¿Usted asistió al Centro de Salud Apumalla para recibir atención médica?	50
Gráfico 9: Ítem 3. ¿Conoce los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla?.....	51
Gráfico 10: Ítem 4. ¿Cuál o cuáles servicios de salud conoce?.....	52
Gráfico 11: Ítem 5. ¿Cómo se informa sobre algún servicio del Centro de Salud Apumalla?.....	53
Gráfico 12: Ítem 6. ¿Sobre qué servicio le gustaría recibir información?.....	54

Gráfico 13: Ítem 7. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la información?	55
Gráfico 14: Ítem 8. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información sobre los servicios del Centro de Salud Apumalla?	56
Gráfico 15: Ítem 9. Cuándo recibe información en salud, usted prefiere que sea de forma:	57
Gráfico 16: Ítem 10. Reclamos y sugerencias respecto a los Servicios del Centro de Salud Apumalla	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Comunicación	19
Figura 2: Ubicación del Centro de Salud Apumalla.....	38
Figura 3: Organigrama del Centro de Salud Apumalla	39

INTRODUCCIÓN

La comunicación entendida como el proceso de interrelación entre los seres humanos es fundamental para el desarrollo social de los mismos, por ello el proceso de información es imprescindible para establecer comportamientos, principalmente del hombre en sociedad.

Desde esta perspectiva, la comunicación es entendida como práctica social, más allá de la transmisión o circulación de mensajes, por lo que se hace necesario realizar una planificación respecto a la información a difundir para que dichos mensajes lleguen eficazmente a la población meta, sobre todo en relación a la salud en el entendido de que los discursos, imaginarios constructos, representaciones tienen íntima relación con la calidad de información proporcionada.

Entonces se puede señalar que la comunicación social, es fundamental para establecer buenas relaciones humanas; además es decisiva, porque permite a planificadores consultar con la población para tener en cuenta sus necesidades, actitudes, conocimientos, opiniones, entre otros, al momento de determinar y formular políticas, estrategias o planes de desarrollo en pro de la sociedad.

Por ello, en la presente investigación se indaga sobre la realidad del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria a partir de la recopilación de información a través de un enfoque mixto (cuanti-cualitativo), para en base a la interpretación y análisis de dichos datos se tenga a bien proponer un plan informativo para la difusión de servicios. De modo que este documento se constituye a partir de los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se desarrolla la situación problemática siendo que se plantea y delimita el problema de investigación, para constituir los objetivos sobre los cuales se desempeña el trabajo de investigación y contar con los parámetros metodológicos aplicados.

En el capítulo II, se expone el marco teórico – conceptual, que es producto de la revisión de investigaciones y bibliografía relacionada con las variables a tratar en este estudio.

En el capítulo III, se establece el marco referencial para comprender e identificar la realidad de la salud en relación a la comunicación social y con base en ello, en el capítulo IV, se expone el marco institucional del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria teniendo en cuenta todas sus características para una mejor perspectiva del contexto en el cual se desarrolló la investigación.

El capítulo V, está dedicado al diagnóstico institucional donde se presentan los resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación seleccionados, para llegar establecer el problema central en relación a la comunicación social en el Centro de Salud Apumalla, a través de un diagnóstico, sobre el cual en el capítulo VI, se procede a estructurar la propuesta de plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, siendo que el denominativo para dicha propuesta es “Primero Salud, Primero tu Centro”.

Y, por último en el capítulo VII, se establecen las conclusiones y recomendaciones producto del proceso de investigación, para optar por la titulación de licenciatura en ciencias de la Comunicación Social, bajo la modalidad de proyecto de grado.

CAPÍTULO I

SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

1.1. Planteamiento del Problema

En la mayoría de las naciones, estados o países del mundo, hospitales, clínicas y sanatorios ocupan la primera plana en los medios de comunicación, ya que los temas vinculados a salud y muerte suelen ser de interés general y por ello son considerados de interés periodístico. En tal sentido, la demanda de información respecto a la situación de salud y/o enfermedad es de suma importancia para la población.

Se ha establecido desde la OMS¹ que las instituciones de salud deben contar con programas y un departamento o servicio encargado de las relaciones humanas, porque la comunicación cumple varios propósitos tales como:

- Informar al público y a la comunidad los riesgos médicos del centro de salud, sobre programas o servicios beneficiosos internos como externos.
- Promocionar, a través de distintos medios, avances significativos en investigación o procedimientos para poder desarrollar tratamientos.
- Concientizar a la comunidad sobre temas de salud relevantes.
- Representar oficialmente a la institución responder a preguntas médicas por parte del consumidor (Vítolo, 2013).

En este entendido, Rodríguez et al. (2018) indican que en el caso de varios hospitales y centros de salud, las estrategias comunicacionales e informativas no responden a las demandas y necesidades de la comunidad porque sólo consideran la salud física y no así lo establecido por la OMS, que la define como el total bienestar físico, mental y social.

Por tal razón, a través de los respectivos ministerios de salud se ha planteado a nivel mundial, responder a las demandas y necesidades respecto a la salud como una transversal

¹ Organización Mundial de la Salud

fundamental para el desarrollo de las sociedades, siendo estas políticas se expresan en estrategias y planes se pretende como primer paso informar a la población, para que en base a esta se posibilite el fortalecimiento de las instituciones de salud.

Así se puede establecer que la comunicación es una dimensión fundamental en los procesos de salud, ya que en las últimas décadas la concepción de comunicación se ha circunscrito al ámbito instrumental o de trasmisión vertical de información, ya que se ha evolucionado en un sentido estratégico y relacional porque se ha centrado en los procesos de interacción y construcción social de sentidos basados en el reconocimiento de las particularidades sociales y culturales de los diferentes actores implicados en los procesos de salud (Rodríguez et al., 2018).

Desde esta perspectiva, se puede afirmar que la universalización del acceso a la salud es una legítima aspiración de todas y todos los habitantes del Municipio de La Paz, por ello las políticas en salud pública, tanto a nivel Nacional como local apuntan a asegurar la disponibilidad y sobre todo la suficiencia de recursos físicos y financieros para la prestación de servicios de salud. Pero aún existe un considerable rezago del acceso pleno de la población hacia los servicios públicos de salud, así como una óptima calidad de sus prestaciones (Cordero et al., 2013).

En este sentido cabe connotar que el año 2013 se publicó la Norma Nacional de Caracterización de Establecimientos de Salud de Primer Nivel, registrando la existencia de 2.816 centros de salud (subsistema público), 79 hospitales de segundo nivel y 27 de tercer nivel; del total de los establecimientos de salud existentes en el país, el 96,3% son de primer nivel, es decir, centros de salud de atención primaria (Ministerio de Salud, 2013).

Asimismo, de acuerdo con los datos del Ministerio de Salud (2013), en el caso del departamento de La Paz existen 591 centros de salud, 11 hospitales de segundo nivel y seis hospitales de tercer nivel. Por tanto, de los 608 establecimientos de salud el 97,2% son centros de salud, el 1,81% son de segundo nivel y el 0,99% son de tercer nivel.

En esta misma dirección se debe tener presente, respecto a esta investigación, que:

“La Red de Salud N° 2 - Nor Oeste que incluye el área rural de Zongo cuenta con 10 centros de salud, dos centros maternos infantiles y una posta de salud. Los centros cuentan en promedio con siete funcionarios y atienden entre seis y 24 horas al día, a una población promedio de 11 mil habitantes” (Cordero et al., 2013, p. 36).

De modo que, el Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria, pertenece a la Red de Salud N°2 – Nor Oeste, dispone de 14 profesionales en medicina general, enfermería, laboratorio, odontología y farmacia quienes brindan atención en turnos de seis horas diarias (lunes a viernes), La zona de Villa Victoria tiene una población aproximada de 9.830 habitantes (Cordero et al., 2013).

En ese marco y de acuerdo con la Encuesta Municipal a Hogares–2016 desarrollada por el Gobierno Autónomo de La Paz, se reportó que:

“El 7,8% de la población del macrodistrito Max Paredes declaró sufrir alguna enfermedad y 6,2% haber sido atendida por un médico y/o enfermera. El distrito 9 tuvo la mayor proporción de personas enfermas en Max Paredes, donde 10,7% se encontraba en esta situación y 8,4% se atendió con personal calificado; a diferencia del distrito 10 con la menor proporción de personas enfermas (5,6%)” (Cordero et al., 2018, p. 12).

Es así, que en base a los datos obtenidos a través de una serie de investigaciones, el 1 de marzo de 2019, el Ministerio de Salud del Estado Plurinacional de Bolivia implemento el Sistema Único de Salud (SUS) que tiene como principal política la atención médica gratuita y, determina como uno de sus principales requisitos: asistir al centro de salud de su barrio, si el paciente lo requiere será remitido a un hospital de segundo o tercer nivel.

En tal sentido la Ley N°1152 en el Artículo 3, inciso 7 establece:

“Primer Nivel de Atención en Salud. Es el conjunto de establecimientos de salud cuya principal función es servir de punto de contacto inicial, permanente y privilegiado de personas, familias y comunidades con el sistema de salud y brindar el acceso más cercano posible a la atención

sanitaria. Realiza, sobre todo, actividades de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, pero también ofrece servicios de atención médica general, enfermería y, de acuerdo al tipo de establecimiento, consulta especializada ambulatoria, odontología, internación y exámenes complementarios de baja complejidad, suficientes para resolver la mayoría de los problemas de salud más frecuentes” (Estado Plurinacional de Bolivia, 2019).

A partir de lo señalado, se debe tener en cuenta que el tema de salud es un derecho humano establecido por la Constitución Política del Estado; sin embargo, al mismo tiempo se advierte que existen limitaciones en infraestructura hospitalaria, ya que el sistema público se constituye en su mayoría de centros de salud. Ante este panorama, se cuestiona como llevar información a vecinos de la zona de Villa Victoria - Distrito 8- del macrodistrito Max Paredes para que puedan acceder de forma adecuada a los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla, por tal motivo el presente estudio se partió de la siguiente premisa de investigación:

¿Cómo informar sobre los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla a vecinos de la Zona Villa Victoria del macrodistrito de Max Paredes de la ciudad de La Paz, durante el tercer trimestre de la gestión 2020?

Además que para responder a la anterior pregunta de investigación se tuvo en cuenta las siguientes interrogantes complementarias:

- ¿Existen investigaciones, planes informativos o materiales comunicacionales en cuanto a la difusión de servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?
- ¿Cuál es la percepción de los vecinos miembros de dos grupos de WhatsApp oficiales de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, referente a los servicios del Centro de Salud Apumalla?
- ¿Cuáles serían los canales de comunicación utilizados por el Centro de Salud Apumalla para la difusión de sus servicios en la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020?

- ¿Cuál debería ser el plan informativo para obtener una eficaz difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Proponer un Plan Informativo para la difusión de servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla, a través de la elaboración de mensajes dirigido a vecinos de la Zona Villa Victoria del macrodistrito de Max Paredes de la ciudad de La Paz, en la gestión 2020, para prevención de enfermedades.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Indagar sobre los servicios y la información que se difunde con personal del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz.
- Identificar y analizar la opinión de los vecinos de la Zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz, referente a la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla.
- Seleccionar los medios de comunicación apropiados para mejorar la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020.
- Determinar los mensajes adecuados del plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020.

1.3. Justificación

De acuerdo con la OPS² (1994), la región Latinoamericana en tanto la salud, enfrenta un doble desafío: primero atender los problemas tradicionales de salud como la mortalidad materna e infantil y por otra parte, lidiar con los nuevos problemas surgidos del

² Organización Panamericana de la Salud

desarrollo socio-económico como el aumento de enfermedades contagiosas, seniles, mentales, VIH-SIDA, cáncer, entre otras, por ello se establece que:

“La búsqueda por garantizar la universalización de un estado completo de bienestar ha estado directamente asociada a la lucha por la equidad, o bien, a la lucha por la eliminación de las diferencias en el acceso a la atención de salud y en el disfrute de una vida plena entre países y comunidades, sectores socioeconómicos, zonas urbanas y rurales, hombres y mujeres, y entre adultos y niños, niñas y adolescentes. Entre las lecciones aprendidas luego de las últimas décadas, hoy podemos identificar que el mayor desafío de las políticas públicas es asegurar la igualdad de oportunidades y proporcionar los medios que permitan a la ciudadanía desarrollar al máximo su salud potencial” (OPS, 1994, p.13).

De ahí, que las conclusiones de la Reunión del Comité Asesor Sobre Políticas de Comunicación Social en los Ministerios de Salud Pública para la Promoción de la Salud, dada en septiembre de 1993, establece que los principales problemas de salud pueden ser prevenidos a través del cambio de siete conductas básicas que son: higiene, nutrición, control de adicciones, ejercicio, conducta sexual, prevención de trauma y el uso de los servicios de atención primaria (centros de salud). Por lo cual, se debe promover estrategias y planes centrados en el individuo, en pequeños grupos o comunidades enteras, que pueden incluir comunicaciones interpersonales, masivas o simplemente métodos de reflexión (OPS, 1994).

En tal sentido, es fundamental reconocer que la comunicación juega un papel elemental en las relaciones humanas, ya que a través de esta, se puede planificar acciones a partir de la identificación de las necesidades, actitudes y conocimientos de los beneficiarios como protagonistas.

En el presente proyecto de investigación se planteó identificar los medios de comunicación utilizados por el Centro de Salud Apumalla para la difusión de servicios, también conocer la percepción de los vecinos de la Zona Villa Victoria respecto a la recepción de información, porque la salud se consolida como un pilar para el desarrollo de los países.

A partir de lo señalado, se desarrolló un plan informativo con mensajes adecuados dirigido al público meta, que en este caso son los vecinos de la zona de Villa Victoria del Distrito 8 de la ciudad de La Paz, que pueden ser posibles usuarios o pacientes del Centro de Salud Apumalla, de modo que la propuesta tiene como eje la promoción de la salud para prevención de enfermedades.

Entonces, el plan informativo establece lineamientos de acción pertinentes, a partir del respectivo diagnóstico, de forma que responde a la realidad de la población seleccionada constituyéndose en un documento de impacto social y de referencia para profesionales vinculados al área de la salud y comunicación social; siendo que su ejecución depende de una acción conjunta médico - paciente, liderizado por un profesional capacitado en Comunicación Social.

1.4. Delimitación de la Investigación

1.4.1. Delimitación Temática

En cuanto a la delimitación temática o problema central a tratar, en la presente investigación se tiene la difusión de servicios de una institución, que en este caso particular es un centro de salud. Se plantea mejorar la eficacia del proceso comunicativo a partir de la aplicación de un plan informativo, mismo que es propuesto en este proyecto de investigación.

1.4.2. Delimitación Espacial

Respecto a la delimitación espacial, este estudio se realizó en el Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria, Distrito 8 del macrodistrito Max Paredes de la ciudad de La Paz.

1.4.3. Delimitación Temporal

La presente investigación se llevó a cabo desde septiembre a diciembre de la gestión 2020.

1.5. Enfoque Metodológico

1.5.1. Diseño de la Investigación

El diseño de una investigación se define como la determinación de las estrategias y procedimientos que se seguirán para dar respuesta al problema, manejando las dificultades que se encuentran a lo largo del proceso de investigación (Cruz, 2014).

Por tanto, para el presente proyecto se consideró un diseño de investigación “***No Experimental: Transversal***”, mismo que es entendido como la recolección de datos en un sólo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, ya que es como tomar una fotografía en un momento dado; además pueden abarcar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores, es decir, que su propósito es realizar una medición única (Cruz, 2014).

1.5.2. Tipo de Investigación

Para este trabajo de investigación se determinó un tipo de investigación “***Correlacional***” puesto que este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular. Se propone medir cada una de las variables para después cuantificar, analizar y establecer las vinculaciones (Hernández et al., 2014).

1.5.3. Enfoque de la Investigación

En esta investigación se asumió un enfoque de investigación “***Mixto***”, puesto que se tuvo a bien considerar datos cuantitativos y cualitativos. La meta de un enfoque de investigación mixto es utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación –cuantitativo y

cualitativo—, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales. (Hernández et al., 2014).

Al respecto Gallardo (2017), señala que el enfoque de investigación mixto implica suposiciones filosóficas en tanto la recopilación y el análisis de datos, teniendo presente la mezcla de enfoques cualitativos y cuantitativos. Asimismo, la prioridad usualmente es igual; además que el análisis de datos es independiente, y la integración de dicho análisis ocurre en la etapa de interpretación de datos.

Así, el objetivo del presente trabajo se cumplió a partir de lo “*Cuantitativo*”, con la aplicación de un instrumento específico como es la encuesta de opinión para medir la percepción de los vecinos, en cuanto a la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, Red N. 2 Nor Oeste, Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz. Por otro lado, en el enfoque “*Cualitativo*” se tomó en cuenta entrevistas semi-estructuradas para identificar el trabajo comunicacional de la institución de salud.

La recopilación de datos permitió realizar el diagnóstico y formular una propuesta de Plan Informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz.

1.5.4. Variables

1.5.4.1. Identificación de Variables

Para esta investigación se identificó las siguientes variables:

V1: Plan Informativo

V2: Difusión de Servicios

Dichas variables se conceptualizan de la siguiente manera:

V1: Plan Informativo → *“Es un conjunto de previsiones operativas detalladas para producir y distribuir entre la población mensajes que divulguen conocimientos, propicien*

actitudes y propagando prácticas convenientes para el cuidado de la salud pública” (Beltrán et al., 1988).

V2: Difusión de Servicios → “La difusión de servicios es la elaboración de mensajes accesibles a un público receptor, independientemente del tema que se trate o promoción, donde se considera a la institución o empresa como principal fuente de información y los canales mediante los cuales se propiciará dicho mensaje” (Quiñonez et al., 2014).

1.5.4.2. Operacionalización de Variables

Las variables identificadas y conceptualizadas anteriormente se operacionalizan respectivamente de la siguiente forma:

Tabla 1: Operacionalización de las Variables de Investigación

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INTRUMENTOS
V1 PLAN INFORMATIVO	Característica Institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de atención • Personal • Contexto social • Contexto Económico 	Entrevista Semi-Estructurada Guía de Observación
	Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de promoción y prevención 	
	Mensajes	<ul style="list-style-type: none"> • Explicito • Implícito 	
	Canales comunicativos	<ul style="list-style-type: none"> • Oral • Escrito • Audiovisual 	
	Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones digitales 	
	Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Interna • Externa 	
V2 DIFUSIÓN DE SERVICIOS	Conocimiento de los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción población meta 	Entrevista Semi-Estructurada
	Factor contextual	<ul style="list-style-type: none"> • Psicosocial • Político • Económico • Educativo • Cultural 	

	Factor institucional	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidades • Demandas 	Cuestionario digital
	Factor técnico	<ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales • Afiches • Banners • Dípticos, trípticos • Spot • Cuñas 	

Fuente: Elaboración Propia, 2020

1.5.5. Métodos

Entendiendo que el método es la vía, el modo, el procedimiento empleado para resolver de forma ordenada una tarea de índole teórica, práctica, cognoscitiva, entre otras; en el presente proyecto se empleó un **método deductivo** que es un procedimiento que se apoya en las aseveraciones y generalizaciones, a partir de las cuales se realizan demostraciones o inferencias particulares o una forma de razonamiento, mediante el cual se pasa de un conocimiento general a otro de menor nivel de generalidad. (Cruz, 2014).

Se hizo hincapié en un **método deductivo** porque la investigación partirá de lo general que es el plan informativo para después enfatizarse en lo específico que es la difusión de servicios de salud, por tanto, los procedimientos se desarrollaron de la siguiente manera:

- PRIMERA FASE: Elaboración del Proyecto de Investigación.
- SEGUNDA FASE: Construcción y validación de la entrevista semi-estructurada.
- TERCERA FASE: Coordinación con la junta de vecinos de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, para la aplicación de la investigación por medio de los grupos de WhatsApp que administran.
- CUARTA FASE: Aplicación de las técnicas e instrumentos seleccionados de acuerdo al detalle muestral, por medio digital.
- QUINTA FASE: Acopio de información documental para fortalecer el diagnóstico institucional.

- SEXTA FASE: Análisis e interpretación de los datos obtenidos para establecer un diagnóstico institucional.
- SÉPTIMA FASE: Construcción del Plan Informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020.
- OCTAVA FASE: Presentación del informe final de investigación.

1.5.6. Técnicas de Investigación

Las técnicas de investigación o de recolección de datos son el conjunto de reglas y procedimientos que permiten al investigador establecer la relación con el objeto y sujeto de investigación, es decir, el cómo, en este contexto se entiende por instrumentos a los mecanismos que utiliza el investigador para recolectar los datos, que representa la herramienta con la cual se va a recoger, filtrar y codificar los datos, es decir, con qué (Cruz, 2014).

Durante el proceso del presente proyecto, las técnicas empleadas para la recopilación de información fueron los siguientes:

- **Entrevista Semi-Estructurada:** Es un instrumento de investigación que contiene preguntas abiertas y cerradas, que permite obtener del participante, tanto datos cuantitativos como cualitativos. Son útiles para la interpretación, ya que es una técnica ampliamente aplicada para conocer la situación actual de una problemática previamente identificada (Cruz, 2014).

En el caso particular de esta investigación, el instrumento empleado fue la Entrevista Sobre el Proceso de Difusión de Servicios promovida por el personal del Centro de Salud Apumalla Zona Villa Victoria (Ver anexos).

La misma consta de 10 preguntas semi estructuradas, dicho instrumento se aplicó al personal administrativo, técnico y médico del establecimiento de salud y la directiva

de la junta de vecinos de la zona (presidenta y vicepresidente), con el fin de identificar los procedimientos de comunicación que aplica la institución en salud.

- **Cuestionario digital:** Es un instrumento de acopio de datos elaborado con el fin de conocer la opinión de los actores, de modo que esta técnica de cuestionario se aplica a través del instrumento denominado encuesta y, se puede aplicar de forma escrita o digital, siendo que las respuestas son almacenadas y tratadas estadísticamente a través de un programa informático especializado (Cruz, 2014).

Para este estudio se aplicó una encuesta de opinión (Ver Anexos), mismo que se estructura a partir de la recopilación de datos sociodemográficos y 10 ítems, mediante, los cuales se analizó e interpretó la opinión de los vecinos de la Zona Villa Victoria, en cuanto a la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, siendo que para su tratamiento se utilizó el programa Microsoft Excel 2010.

1.5.7. Población y Muestra

En cuanto a la población para el trabajo de investigación se consideró a vecinos miembros de dos grupos oficiales de WhatsApp de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, en la gestión 2020. Siendo que por factores de ética y confidencialidad se aplicó el respectivo instrumento de investigación a hombres y mujeres mayores de 18 años.

Es importante tener presente, que por la situación de Pandemia Covid-19, y de acuerdo a las recomendaciones realizadas por el Honorable Consejo Universitario de la Universidad Mayor de San Andrés en cuanto a la prevención de la salud y para evitar contagios se asumió una investigación digital. De modo que en diferentes zonas de la ciudad de La Paz crearon grupos oficiales de vecinos, los cuales, fueron administrados por la junta de vecinos.

Cabe resaltar, que en dichos grupos sólo participan propietarios de viviendas, puesto que para acceder a los servicios del Sistema Único de Salud (SUS), se tiene como requisito acudir al establecimiento de primer nivel más cercano a su domicilio.

De modo que en los dos grupos oficiales de WhatsApp, se tiene un universo de 205 miembros, en su mayoría propietarios de casas.

En tal sentido se asumió un tipo de muestra “*No Probabilístico*”, siendo que el mismo depende del juicio personal del investigador, quien puede decidir de manera arbitraria o consciente que elementos va a incluir en la muestra. A su vez en cuanto la selección de la muestra, esta fue “*por cuotas*”, en el cual el investigador selecciona los elementos representativos del universo de acuerdo a su juicio, de modo que la muestra será proporcional a la población y en ella deberán tenerse en cuenta las diferentes categorías.

Se trata de un muestreo en dos etapas: La primera, consiste en el desarrollo de categorías de control (sexo, edad, raza, nivel socioeconómico, entre otros), la segunda, se selecciona de acuerdo a la conveniencia o juicio del investigador, por tanto el único requerimiento es que cumplan con las características de control (Cortés e Iglesias, 2004).

Entonces para poder ser considerada/o parte de la muestra, el sujeto debe ser parte de un grupo oficial de WhatsApp administrado por la presidente de la junta de vecinos de la Zona Villa Victoria; además ser mayor de los 18 años de edad.

De modo que la investigación, en cuanto al tamaño de muestra, se basó en la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

- n = Tamaño de Muestra
- Z² = Valor de Z, nivel de Confianza (90%)
- p = Probabilidad a Favor (50%)
- q = Probabilidad en Contra (50%)
- N = Tamaño de la población (205)
- e = Error de Muestra (10%)

Reemplazando:

$$n = \frac{1.645^2 * 0.5 * 0.5 * 205}{0.1^2 (205-1) + 1.645^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 51.05$$

$$n = \mathbf{51}$$

Entonces el tamaño de la muestra para el presente proyecto de investigación fue de 51 vecinas y vecinos de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, en la gestión 2020.

DETALLE	CANTIDAD
Población	205
Muestra varones	19
Muestra mujeres	32
TOTAL	51

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

En este capítulo se exponen las investigaciones y referentes teóricos relacionados con el presente proyecto.

2.1. Antecedentes de la Investigación

En el estudio realizado por Arriagada et al. (2005), denominado: “*Políticas y programas de salud en América Latina. Problemas y propuestas*”, se examina la situación de la salud y los programas de atención de los países latinoamericanos, sobre la base de la información obtenida de los ministerios de salud de diecisiete países, a partir de una encuesta que efectuó CEPAL³, siendo que la misma tuvo por objeto analizar los programas de salud en marcha desde la perspectiva institucional, y al mismo tiempo examinar la percepción de las autoridades nacionales sobre la realidad y los problemas de su población.

En este sentido, a través de dicho estudio se puede advertir que existe un panorama heterogéneo en cuanto a la capacidad de respuesta de los gobiernos frente a los problemas de salud de su población. La mayoría de los países mencionan las dificultades de financiamiento, difusión, gestión para dar cobertura a las necesidades, desigualdad en la atención por carencias de accesibilidad sociocultural, geográfica y de ingresos, que generan condiciones de vida insuficientes.

Por otro lado, Torrez & Chaves (2008), en la publicación: “*La comunicación en los programas de promoción y prevención de la salud en Bogotá: secretaría distrital de salud, EPS y medios de comunicación*”, exponen un tratado exploratorio de carácter descriptivo que a partir del estudio de casos específicos buscaron hacer una aproximación de la situación de la comunicación en los programas de promoción y prevención de la salud, siendo que el objeto de análisis fueron las estrategias implementadas por la Secretaría

³ Comisión Económica para América Latina y el Caribe

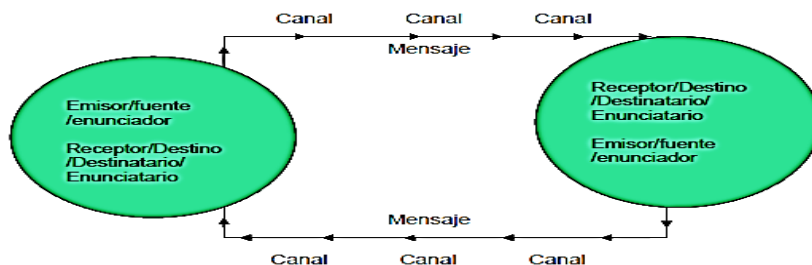
Distrital, las Entidades Promotoras de Salud (EPS) y medios de comunicación para la divulgación de programas.

2.2. Comunicación

Se tiene comunicación siempre que un sistema, una fuente, influencia a otra, el destinatario, por manipulación de señales alternas que pueden transferirse por el canal que los conecta. (Charles Osgood, 1945).

Al respecto Torrico (2007), señala que la comunicación es un elemento estructural de la sociedad, en el entendido que constituye un “cemento” de la trama inter-individual, por el cual, aquella es conformada, es decir, que no hay sociedad sin comunicación (o a la inversa).

Figura 1: Modelo de Comunicación



Fuente: Santos, 2012, p. 16

En esta dirección, Prado & Mariaca (2015), refieren que los elementos de la comunicación son:

- a) **Fuente – codificador (Emisor):** Es el elemento por medio el cual emana la información, los datos y el contenido que se enviará al receptor, teniendo presente que el código a enviar debe ser claro y conciso, en el caso de una institución tiene que emitir un buen mensaje para obtener la respuesta esperada y a la vez tiene que

existir una buena retroalimentación por ambas partes para que el mensaje sea muy bien decodificado por los receptores.

- b) **Decodificador – receptor:** Es el encargado de recibir el mensaje, siendo que realiza un proceso opuesto al del emisor ya que en él está el descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer, por tanto tiene que decodificar el mensaje; considerando que el receptor es el eslabón más importante del proceso de comunicación ya que la decodificación determinará el éxito o no del mensaje.
- c) **Código del Mensaje:** Es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos de un lenguaje que el emisor utilizará para transmitir un mensaje, de una forma adecuada para que el receptor pueda captarlo en un determinado orden jerárquico de importancia de acuerdo al idioma y contexto.
- d) **Mensaje:** El mensaje es la información debidamente codificada, que pueden ser ideas verbales o no verbales, sentimientos, acontecimientos, entre otros que son expresados por el emisor y, que se trasmite al receptor de modo que este lo decodifica de acuerdo a sus experiencias previas.
- e) **Canal:** Es la conexión entre el emisor y el receptor mediante el que circula el mensaje, en sí mismo es el medio por el cual el código es enviado para ser interpretado.

2.3. Información

“Debe entenderse como todo proceso de envío unidireccional o bidireccional de información-orden a receptores predispuestos para una descodificación–interpretación excluyente, y para desencadenar respuestas pre-programadas”.
(Pasquali, 1985).

Para Paoli, J. A. (1983) la información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una forma determinada, de modo que les sirvan como guía para la acción. Por tanto, no son sólo datos, sino lo que las personas hacen con ellos para orientar sus acciones.

Tabla 2: Esquema de modelación de conductas por medio de información

FUNCIONES	PROPOSITOS PRINCIPALES A QUE SIRVE	CANALES QUE USUALMENTE EMPLEAN	PÚBLICOS A QUE SE DIRIGEN	PRINCIPALES COMPETENCIAS REQUERIDAS
INFORMACIÓN	-Crear un clima general propicio. -Divulgar conocimientos. -Forjar actitudes.	-Medios de contacto impersonal, masivo y a distancia. -Teléfonos. -Correos.	-General. -Líderes de opinión. -Forjadores de decisiones sobre asuntos de interés colectivo.	-Periodismo. -Publicidad. -Relaciones públicas. -Encuestas de opinión. -Mercadeo social. (Promover la aceptación).

Fuente: IV Foro Nacional de Salud Comunitaria. Bogotá, Colombia, Septiembre 9 - 11 de 1998.

En relación al presente proyecto de investigación será importante resumir lo expresado en la siguiente definición de información para la salud:

“Acciones de producción, organización y difusión de un conjunto de datos o mensajes para orientar, advertir, anunciar o recomendar a los individuos, familias, comunidades, organizaciones y redes, así como a los actores del Sistema General de Seguridad Social en Salud y otros sectores sobre aspectos relacionados con la salud, que contribuyan a la construcción de elementos que propicien la toma de decisiones en salud” (Gutiérrez et al., 2015, p. 1).

- a) Tiene por protagonista al pueblo.
- b) Refleja necesidades y sintetiza demandas de ella.
- c) Se familiariza con su cultura.
- d) La acompaña en los procesos de transformación que se impulsan para el desarrollo.
- e) Facilita al pueblo vías para expresarse.
- f) Busca contribuir a la democratización de la sociedad (Beltrán, 2010).

2.4. Comunicación para la salud

Los Ministerios de Salud de las Américas (Organización Panamericana de la Salud-Organización Mundial de la Salud, 1994) la definen como una promesa de educar, informar, convencer y explicar, así como de escuchar. La comunicación para la salud proporciona a individuos y comunidades las ventajas y recursos necesarios para prevenir enfermedades y mejorar la calidad de vida.

Para Beltrán (1998), consiste en la aplicación, planificada y sistemática, de instrumentos de comunicación social al logro de comportamientos de la población compatibles con sus necesidades de bienestar y con las finalidades de servicio expresadas en políticas, estrategias y planes de salud pública.

“Vista como proceso social...es un mecanismo de intervención institucional para ejercer, a escala multitudinaria, influencia sociocultural que proporcione conocimientos, propicie actitudes y provoque prácticas favorables al cuidado de la salud pública. Vista como ejercicio profesional...es el empleo sistemático de medios de comunicación –individuales, de grupo, masivos y mixtos, tanto tradicionales como modernos– como herramienta de apoyo al fomento de comportamientos colectivos funcionales al logro de los objetivos de los servicios de salud pública” (Beltrán, 2010, p. 31).

Tal como refiere, la comunicación para la salud, surgió en los años ochenta del siglo pasado y, a través de su implementación como comunicación alternativa se ha podido advertir cambios significativos principalmente en la salud infantil, materna y salud sexual reproductiva. Ha promovido en América Latina la generación y aplicación de políticas, estrategias y planes.

Tellería (2016), señala que la comunicación en salud debe cumplir la tarea de mantener informada permanentemente a la comunidad, a través de:

- Talleres de capacitación sobre salud.

- Programas radiofónicos o televisivos comunitarios.
- Materiales audiovisuales producidos por la comunidad o la organización.
- Materiales gráficos como: cartillas, trípticos, folletos, diarios murales, afiches, boletines, entre otros.
- Páginas web, Facebook, blogs, multimedia.

Entonces, a partir de lo expuesto se puede entender que la comunicación para la salud es producto de un nuevo modelo dentro del ámbito de la comunicación social donde se promueve la participación del profesional con la población meta para identificar sus demandas y necesidades, así elaborar planes o estrategias para promover mejores condiciones, desde la concepción del bienestar físico, psicológico y social.

2.5. Planificación en Comunicación

“El proceso “P” del Centro de Programas de Comunicación de la Universidad Johns Hopkins. Delineado en 1983, es llamado así porque su protocolo de diseño se tituló “Procesos y Principios para Proyectos de Comunicación en Salud” y porque su esquema de secuencia espiral se grafica adecuadamente siguiendo la forma de la letra P”. (Beltran, 1998).

La planificación está conformada por cinco etapas con sus respectivas tareas:

2.5.1 Análisis

- a) Investigar la naturaleza del público al que se quiere alcanzar, paso fundamental para determinar todo el ejercicio.
- b) La naturaleza de las políticas y programas de salud: sus recursos, debilidades y fortalezas.
- c) Los recursos de comunicación disponibles: humanos, financieros y materiales.

2.5.2. Diseño estratégico

- a) Trazar objetivos.

- b) Identificar los segmentos de audiencia pertinentes.
- c) Especificar los cambios de comportamiento apetecidos.
- d) Escoger los medios a usarse.
- e) Diseñar la evaluación.

2.5.3. *Desarrollo, Prueba, Revisión y Producción de Mensajes*

- a) Estipular los conceptos de los mensajes y darles forma.
- b) Probar con muestras del público escogido y con autoridades pertinentes reacciones al contenido y a la forma de mensajes.
- c) Revisar en consecuencia los mensajes y ponerlos en producción.

2.5.4. *Gestión, Ejecución y Fiscalización*

- a) Movilizar a organizaciones claves.
- b) Crear un clima institucional favorable al planteamiento.
- c) Implementar el plan de acción.
- d) Fiscalizar (monitorear) el proceso de difusión, emisión y recepción de los productos del programa.

2.5.5. *Evaluación del impacto*

- a) Medir los efectos de los mensajes en el público.
- b) Determinar cómo podrán mejorarse nuevos emprendimientos semejantes.

2.6. Instrumentos de la planificación

Siguiendo lo expuesto, Beltrán (2010), indica que son tres los instrumentos primordiales en la comunicación para la salud: la política, estrategia y el plan. Se puede desarrollar que en la base de la planificación está la política, y esta sustenta a la estrategia, de modo tal que la estrategia conduce a la acción por medio del plan; en otras palabras la política contiene a la estrategia como la estrategia contiene al plan.

- a) Las políticas, estrategias y planes comparten la característica primordial de ser herramientas para trazar comportamientos conducentes al logro de determinados propósitos.
- b) La política es un conjunto de principios, normas y aspiraciones.
- c) La estrategia es un conjunto de previsiones sobre fines y procedimientos.
- d) El plan es un conjunto de prescripciones para regir operaciones.

La política es doctrinaria, la estrategia es metodológica y el plan es ejecutivo, por eso que la política traza objetivos generales, la estrategia plantea objetivos específicos y el plan estipula en detalle metas concretas.

En cuanto a la aplicación o intervención comunicacional, es fundamental tener presente las características informativas a asumir para relacionar los objetivos con la población meta. De modo que se podrá definir la intervención a largo plazo como son las políticas, a mediano plazo a partir de las estrategias o corto plazo el plan de intervención.

Al respecto Beltrán (2010), especifica la siguiente jerarquización con referencia a la aplicación de estrategias comunicacionales:

- **Política de Comunicación:** Es un conjunto de principios, normas y aspiraciones que buscan regir intervenciones de comunicación en apoyo instrumental a políticas de salud, de modo que se consideran los siguientes lineamientos:
 - a) La información sobre salud es un bien público. Así, el Estado debe garantizar el acceso irrestricto de todos los ciudadanos a dicha información de manera oportuna y veraz, forjando una cultura de la salud.
 - b) La comunicación es instrumento indispensable para el logro de los objetivos de promoción, prevención, participación, movilización social y educación en salud.
 - c) Las políticas de comunicación social en salud deben responder a las políticas nacionales de salud.

- **Estrategia de Comunicación:** Es un conjunto de prescripciones direccionales y procedimentales para enviar a la población mensajes que apuntalen los fines de las estrategias de salud, es un poco más detallada que la política, pero mucho menos detallada que el plan. Puede cubrir un territorio amplio o pequeño, implicar diversos comportamientos, aplicarse por un tiempo relativamente largo, comprometer a mucha gente y requerir considerables recursos.
- **Plan de Comunicación:** Es un conjunto de previsiones operativas detalladas para producir y distribuir entre la población mensajes que divulguen conocimientos, propicien actitudes y propongan prácticas convenientes para el cuidado de la salud pública.
- **Plan Estratégico de Comunicación:** Es un conjunto complejo de previsiones operativas detalladas (técnicas, logísticas y financieras) para regir por largo plazo actividades institucionales de comunicación correspondientes a funciones de investigación, producción y difusión, y capacitación y asesoramiento en apoyo al logro de comportamientos propicios al cuidado de la salud pública (Beltrán, 2010).

2.7. Datos para plan informativo

Al respecto Gonzales (2019), señala que para emprender la planificación de un plan informativo es necesario reconocer lo siguiente:

- **Situaciones problemáticas:** Es decir, las prioridades sanitarias del territorio, identificación de hábitos no saludables entre la población, bajo grado de adherencia a tratamientos terapéuticos entre grupos de riesgo, entre otras, junto con las necesidades comunicacionales que requieren cada una de ellas.
- **La dinámica de los actores:** Hace referencia a los tipos de relaciones y modo de actuación de los equipos de salud, entre las áreas de trabajo en las organizaciones de salud, decisores y técnicos de salud.

- **El contexto histórico - social:** Teniendo en cuenta la historia, contexto socioeconómico y cultural donde se pretende intervenir.

En esa dirección, es preciso diferenciar los destinatarios: directos, que serían aquellas personas sobre las que se orientarán las acciones de comunicación y/o indirectos, que en sí son personas vinculadas a la comunidad en el territorio (Gonzales, 2019).

A partir de lo expresado, un plan informativo requiere cumplir una serie de estrategias metodológicas, en el sentido que debe adaptarse a una realidad concreta que se la puede conocer a través de una serie de pasos, que se detallan anteriormente, por lo que la selección del mensaje debe responder a una problemática en común.

2.8. Difusión de Servicios

Quiñonez et al. (2014) explica que *“la difusión de servicios es la elaboración de mensajes accesibles a un público receptor, independientemente del tema que se trate o promoción, donde se considera a la institución o empresa como principal fuente de información y los canales mediante los cuales se propiciará dicho mensaje”*.

Al respecto, también es menester establecer que:

“La acción difusora hace que la comunicación individual o reducida a núcleos poco numerosos de personas, se convierta en comunicación social o colectiva. Gracias a la difusión informativa el acontecer se transforma en acontecimiento, la opinión es pública, los saberes pueden ser sabidos, los conocimientos son conocidos” (Nieto, 1989, p. 53)

Así, Gonzales (2019), señala que tradicionalmente, la gestión pública de la comunicación social tomó como referencia, el modelo proveniente del sector privado sin reflexión crítica sobre el ámbito de aplicación, la metodología y las herramientas pertinentes para tal fin y por eso mismo, las organizaciones públicas asumieron como propias las características de las organizaciones privadas y con fines comerciales.

En este entendido, es posible advertir que tanto organizaciones públicas como privadas, asumen la impronta de la publicidad y el marketing para vincular su aplicación, a los medios de comunicación masiva con el fin de informar, difundir o dar publicidad a los actos administrativos o de políticas públicas, así se entiende que predomina la unidireccionalidad de la comunicación, es decir, la difusión de información de las instituciones a las y los ciudadanos.

En muchos casos, la tendencia actual sigue siendo estrictamente la difusión y publicidad, por lo que en muchos casos no se desarrolla un modelo de comunicación estratégico de prevención y/o promoción, sino que las acciones comunicacionales se basan en reaccionar ante los desafíos presentados por la coyuntura (Gonzales, 2019).

2.9. Características de la difusión de servicios

Los elementos primordiales para la difusión de servicios se constituyen, de acuerdo con Castillo (2005) por:

- a) **Conocimiento de los usuarios:** La variedad de necesidades, preferencias a la hora de recibir la información y periodicidad con la que desea recibir mensajes.
- b) **Factor económico:** Cuanto menor sea el dinero disponible, el sistema deberá preparar productos capaces de contentar al mayor número de usuarios, renunciando a otros más personalizados o más elaborados. En cuanto al modo de difusión, la tendencia es emplear métodos electrónicos dado el alto coste de la producción de documentos secundarios en papel.
- c) **Factor institucional:** El propio reglamento del centro o la situación de dependencia del centro respecto a una Institución supone también un factor a tener en cuenta.
- d) **Factor técnico:** El material con que se cuenta es importante así como el personal que pueda dedicarse a tareas de difusión.

A partir de lo expuesto, se puede inferir que para contar con un plan informativo eficaz y que responda a las demandas y necesidades de comunicación de un determinado público meta, se debe considerar las características que se asumirán en relación a la difusión de servicios que se pretende desarrollar.

El enfoque teórico para la presente investigación se abordará desde la matriz teórico Estructural-Funcionalista, considerando que la comunicación tiene que ser funcional al objeto.

“Su atención está centrada en la existencia y subsistencia de la sociedad, las que atribuye al consenso entre individuos, grupos e instituciones, todos los cuales, según este enfoque comparten valores y normas que posibilitan la cohesión y estabilidad social, garantizan la reproducción de las estructuras y promueven el cambio ordenado...” (Torrico, 2016).

Como soporte se precisa usar una segunda teoría: Los usos y gratificaciones, donde los receptores de los medios masivos tienen objetivos de información, entretenimiento, identidad o integración social con los que se exponen selectivamente a los mensajes a fin de darles determinados usos u obtener ciertas gratificaciones.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

En este capítulo, se expone el panorama de la comunicación en relación a la salud, de modo que se cuente con un marco referencial de la realidad y en base a esta, sustentar el presente proyecto de grado.

De acuerdo con la Organización Panamericana de la Salud (2017), históricamente, la cobertura universal de salud se restringía a la búsqueda de modelos para la provisión de servicios, al alcance de todas las personas y el financiamiento de los sistemas de salud.

Los debates a escala internacional, nacional y regional permitieron advertir que si bien la cobertura universal es un requisito indispensable para una salud no excluyente, también es necesario eliminar otras barreras económicas, socioculturales, geográficas y de género que son las que limitan el acceso a los servicios de salud.

En tal sentido, la difusión de servicios de salud a nivel mundial, latinoamericano y local requiere conocer la coyuntura de la salud y por ende la información a circular debe responder las demandas y necesidades de las políticas en salud.

Por ello, es posible resaltar los siguientes datos, (Organización Panamericana de la Salud, 2017):

- La esperanza de vida aumentó a 75 años en el quinquenio 2010-2015, siendo que la población ha ganado 16 años de vida como promedio en los últimos 45 años.
- La razón de mortalidad materna disminuyó en un 14,9%.
- La tasa de mortalidad infantil se redujo en 24,0%.
- El número de casos de malaria disminuyó en un 62% entre el 2000 y el 2015.
- Entre el 2010 y el 2014, los casos nuevos de lepra disminuyeron el 10,1%.
- En el 2015, el Comité Internacional de Expertos declaró la Región libre de la transmisión endémica de rubéola.

- En el 2016, el Comité Internacional de Expertos declaró la Región libre de sarampión.
- Entre el 2005 y el 2015, las defunciones relacionadas con SIDA han disminuido en 67%, gracias al tratamiento antirretroviral.
- Las políticas de control de tabaco implementadas impactan positivamente en la carga de enfermedades no transmisibles.
- La atención prenatal se incrementó en toda América, pasando de una media estimada de 79,4% a 88,2% en el 2016.

En este sentido, también es importante indicar que el Estado Plurinacional de Bolivia se encuentra en el centro-oeste de América del Sur, cuenta con una superficie de 1.098.581 km². Se organiza en 9 departamentos, 112 provincias y 339 municipios, con 36 naciones reconocidas constitucionalmente, además que la población en el 2015 fue 10,9 millones de habitantes (Cordero et al., 2019).

Particularmente, el municipio de La Paz cuenta con una superficie de 3.020 Km², de los cuales, 95% es área rural y 5% urbana, este municipio es considerado el núcleo de su región metropolitana, por lo que ejerce una influencia en cuanto a oferta laboral, servicios, mercado de consumo, demanda de producción industrial y agropecuaria (Cordero et al., 2019).

El macrodistrito Max Paredes, limita al Este con el macrodistrito Periférica y Centro, al Sur con el macrodistrito Cotahuma, al Norte con el macrodistrito Hampaturi y al Oeste con el municipio de El Alto, contando con una superficie de 12,9 km² y la densidad de población llegó a 14.763 habitantes por km² para el año 2016 (Cordero et al., 2018).

La ciudad de La Paz, se estructura en los siguientes macrodistritos:

Tabla 3: Macrodistritos de la ciudad de La Paz

MACRODISTRITO Y DISTRITO	Has	Km2	BARRIOS CARACTERÍSTICOS
MUNICIPIO DE LA PAZ	201.196	2.012	
Macrodistrito Cotahuma	1.610	16	
Distrito 3	282	3	Sopocachi, Cristo Rey, Kantutani
Distrito 4	1.055	11	Pasankeri, Bajo Llojeta, Tembladerani
Distrito 5	145	1	Tacagua, Faro Murillo, Nuevo Potosí
Distrito 6	129	1	San Pedro Alto y Bajo, Vivienda Obrera
Macrodistrito Max Paredes	1.331	13	
Distrito 7	167	2	Gran Poder, Los Andes, Chamoco Chico
Distrito 8	138	1	El Tejar, Villa Victoria
Distrito 9	329	3	Munaypata, La Portada, Bartolina Sisa
Distrito 10	697	7	Ciudadela Ferroviara, Pura Pura
Macrodistrito Periférica	2.605	26	
Distrito 11	739	7	Achachicala, Villa Pabón, Vino Tinto
Distrito 12	590	6	Cupilupaca, Alto Miraflores
Distrito 13	1.276	13	Barrios gráfico, Barrio Petrolero, Villa Fátima
Macrodistrito San Antonio	2.259	23	
Distrito 14	832	8	Valle Hermoso, 24 de Junio, Jachakollo
Distrito 15	155	2	Cervecería, Forno, San Antonio
Distrito 16	829	8	Pampahasi, Los gráficos, San Juan
Distrito 17	443	4	Kupini, San Isidro, Villa Armonía
Macrodistrito Sur	6.415	64	
Distrito 18	2.519	25	Achumani, Bolgña, Meseta, Irapavi (1 y 2), Koani
Distrito 19	2.232	22	Calacoto, Chasquipampa, Ovejuyo, Pedregal, Los Pinos
Distrito 21	1.664	17	Obrajes, Alto y Bajo Seguencoma, Alto Obrajes,
Macrodistrito Mallasa	3.268	33	
Distrito 20	3.268	33	Mallasa, Aranjuez, Jupapina
Macrodistrito Centro	522	5	
Distrito 1	245	2	Centro, San Jorge, San Sebastián
Distrito 2	278	3	Miraflores
Macrodistrito Hampaturi/ Zongo	183.186	1.832	
Distrito 22 y 23	183.186	1.832	Pongo, Zongo Choro, Cahua Grande, Zongo Valle.

Fuente: Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2007, p. 21

En el macrodistrito el comercio es la principal actividad y que genera un gran movimiento económico, de modo que cuenta con importantes zonas como: Gran Poder, Obispo Indaburo, Villa Victoria, El Tejar, Alto Tejar, Chamoco Chico, Munaypata, Pura Pura y Ciudadela Ferroviaria (Cordero et al., 2018).

En cuanto la salud, el Sistema Nacional de Información en Salud y Vigilancia Epidemiológica (SNIS-VE), establece que durante la gestión 2017, en los diferentes centros de salud y hospitales del macrodistrito Max Paredes se atendieron 20,2% de los partos en servicio del municipio, de los cuales, 50,5% fueron en los establecimientos de salud del distrito 9; 43,2% en el distrito 7; 5,8% en el distrito 8; y 0,5% en el distrito 10 (Cordero et al., 2018).

Así, Cordero et al. (2018) indican que de los 196 establecimientos de salud entre privados, seguridad social de corto plazo y públicos, localizados en el municipio de La Paz y registrados por el GAML⁴, 26 se encuentran en el macrodistrito Max Paredes, de los cuales, 21 responden al primer nivel de atención, 4 al segundo nivel y 1 al tercer nivel, de modo que el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria pertenece al grupo de primer nivel de atención.

A partir de lo expuesto, es posible resaltar que la difusión de servicios es de suma importancia para prevenir enfermedades, por ello es fundamental entender y comprender la realidad del entorno, y con ello proponer políticas, estrategias, planes, campañas vinculados a la salud.

⁴ Gobierno Autónomo Municipal de La Paz

CAPÍTULO IV

MARCO INSTITUCIONAL

En el presente capítulo se procederá a describir las características del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, de modo que se basa en información recopilada tanto de la misma institución como de la documentación disponible para contar con información que permita conocer y comprender la realidad de dicho centro de salud.

4.1. Características Generales de la Institución

4.1.1. Datos de Identificación

De acuerdo con publicados por el SEDES – La Paz (2019), se tiene a bien exponer la siguiente identificación:

Red:	2 – Nor Oeste
Código:	200118
Nombre:	Centro de Salud Apumalla
Tipo:	Centro de Salud Ambulatorio
Nivel de Atención:	Primer Nivel
Sector:	Público
Zona o Barrio:	Villa Victoria
Dirección:	AV. Apumalla / Peñas (Plaza Huallparrimachi)
Población Asignada:	9.380 habitantes
Horario de Atención:	8:30 a 20:00
Directora:	Dra. Elizabeth Geronimo

4.1.2. Antecedentes de la Institución

De acuerdo con la Dra. Elizabeth Gerónimo, el centro de salud como establecimiento público, dependiente del municipio de La Paz, inició sus actividades en

julio del año 2014, siendo que previo al 2014, era conocido como Prosalud y tenía especialidades de ginecología, obstetricia y pediatría, de modo que al ser una institución de salud privada estaba enmarcada en la atención materna-infantil, con la característica que cada paciente debe cancelar el costo de la atención brindada. Prosalud era una cadena de instituciones de salud que estaba a cargo de una Organización No Gubernamental (ONG).

Conforme las gestiones correspondientes, desde 2014 la administración del Centro de Salud Apumalla paso a depender del municipio de La Paz, con la característica de brindar servicios en medicina general, enfermería, odontología y laboratorio básico.

El Servicios Departamental de Salud dependiente del Gobierno Autónomo Departamental de La Paz, es la entidad encargada de supervisar el trabajo en las redes de salud, en el caso de la urbe paceña existen cinco redes, de modo que el Centro de Salud Apumalla se encuentra dentro de la Red de Salud Nro. 2 Nor Oeste del Macrodistrito de Max Paredes, y es catalogado por los servicios que opera y ofrece como un centro de salud de primer nivel, de forma que en caso de derivación de un paciente, el Centro de Salud Apumalla lo debe derivar a un centro de salud de segundo nivel, que en el caso de esta red, anteriormente mencionada, sería el Hospital La Paz que se encuentra ubicado en la plaza Garita de Lima de la zona del Cementerio, y en caso de que el paciente presentará un diagnóstico muy grave o severo y requiriera de atención especializada se debe derivar al mismo al Hospital de Clínicas, ubicado en la zona Miraflores.

4.2. Objetivos, Misión y Visión

4.2.1. Objetivos de la Institución

Los objetivos del Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria, se basan en la Norma Nacional de Caracterización de Establecimientos de Salud de Primer Nivel, los cuales son:

- Implementar la política nacional de salud, programas nacionales, plantear líneas estratégicas de PEI, subsidiarias al PDM y PDD.

- Desarrollar proyectos de enseñanza y aprendizaje.
- Desarrollar actividades promocionales, preventivas, curativas y rehabilitación.
- Dirigir y coordinar el trabajo de la consulta externa, internación y actividades comunitarias en el centro de salud para garantizar la atención integral al usuario externo (Ministerio de Salud, 2013).

4.2.2. Misión de la Institución

El Centro de Salud Apumalla es un establecimiento de primer nivel de atención que brinda atención integral a menores de 5 años, mujeres embarazadas, mujeres en estado fértil, adulto mayor y a toda la población en general con servicios de calidad, calidez, eficiencia, equidad de género y ética profesional, ejecutando todos los programas nacionales de salud para disminuir los índices de morbimortalidad infantil mejorando la calidad de vida de todo el pueblo que acude a este centro de salud.

4.2.3. Visión de la Institución

El Centro de Salud Apumalla es un centro modelo de atención integral con atención médica en lo posible especializada desarrollando actividades con mayor complejidad, competitividad, modernización, liderazgo para la total satisfacción del usuario en estos tiempos en que se requiere mejorar la atención de salud.

4.3. Características de la Organización Institucional

4.3.1. Recursos Humanos

En cuanto a los recursos humanos disponibles en el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria, este cuenta con el siguiente:

Tabla 4: Personal del Centro de Salud Apumalla

CARGO	CANTIDAD
Personal Médico	5
Personal Odontológico	1
Personal de Enfermería	6
Personal de Laboratorio	1
Personal de Farmacia	1
Personal Administrativo	4
Total	18

Fuente: Elaboración propia en base a registros del Centro de Salud Apumalla, 2020

4.3.2. Servicios del Centro de Salud Apumalla

De acuerdo con los datos brindados por el Centro de Salud Apumalla, es posible señalar que los servicios que actualmente brinda esta institución son:

- Atención médica gratuita por el SUS (previo registro).
- Medicina general
- Enfermería
- Planificación familiar
- Vacunas para niños menores de cinco años
- Farmacia.
- Laboratorio básico examen de orina y sangre (sólo turno mañana).
- Odontología (de 8:00 a 14:00 horas).
- Bono Juana Azurduy procura el control del embarazo y seguimiento al/ niño/a.
- Entrega gratuita del Carmelo (cereal nutricional para personas de la tercera edad).
- Prueba del papanicolau (para prevenir el cáncer de cuello uterino).
- Vacuna antirrábica para perros y gatos.
- Vacuna contra el Virus del Papiloma Humano VPH a niñas de 10 años.

4.3.3. Localización

Se encuentra ubicado en la Avenida Apumalla, entre calle Peñas y Calle José María Asín, lado plaza Huallparimachi de la Zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, tal como se puede advertir en la figura 3.

Figura 2: Ubicación del Centro de Salud Apumalla

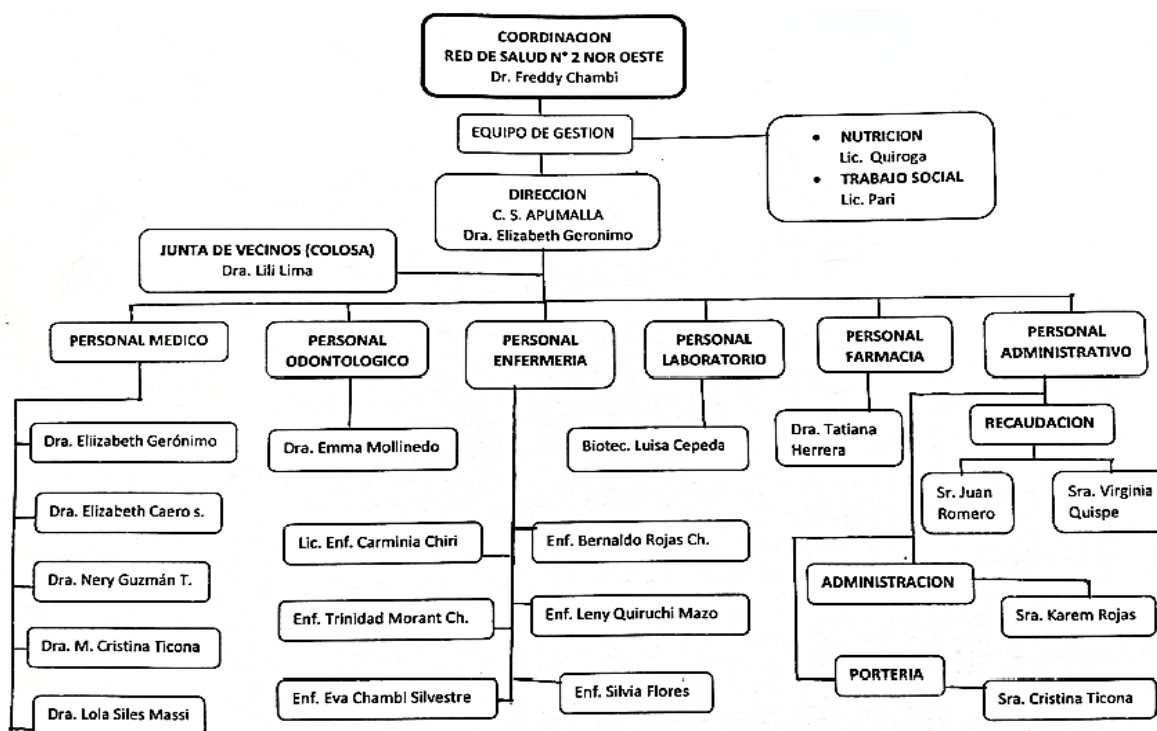


Fuente: Google Maps, 2020

4.3.4. Organigrama de la Institución

De acuerdo con la Norma Nacional de Caracterización de Establecimientos de Salud de Primer Nivel, el centro se organiza mediante una dirección, servicios técnico administrativos, de atención integral, servicios complementarios de diagnóstico y generales:

Figura 3: Organigrama del Centro de Salud Apumalla



Fuente: Centro de Salud Apumalla, 2020

4.4. Marco Normativo

A continuación se detalla el marco normativo referente a los servicios de salud que se dispone en el Estado Plurinacional:

En la Nueva Constitución Política del Estado (2009), en relación a la salud se establece:

Art. 9:

5. Garantizar el acceso de las personas a la educación, a la salud y al trabajo.

Art. 18:

I. Todas las personas tienen derecho a la salud.

II. El Estado garantiza la inclusión y el acceso a la salud de todas las personas, sin exclusión ni discriminación alguna.

III El sistema único de salud será universal, gratuito, equitativo, intracultural, intercultural, participativo, con calidad, calidez y control social. El sistema se basa en los principios de

solidaridad, eficiencia y corresponsabilidad y se desarrolla mediante políticas públicas en todos sus niveles de gobierno.

Art. 106. I. El Estado garantiza el derecho a la comunicación y el derecho a la información.

En la Ley N° 1152 (2019), de prestaciones de servicios de salud integral del Estado Plurinacional de Bolivia, se señala:

Art. 2:

2. Establecer las bases de la atención gratuita, integral y universal en los establecimientos de salud públicos a la población beneficiada.

Art. 3:

7. Primer Nivel de Atención en Salud. Es el conjunto de establecimientos de salud cuya principal función es servir de punto de contacto inicial, permanente y privilegiado de personas, familias y comunidades con el sistema de salud y brindar el acceso más cercano posible a la atención sanitaria. Realiza, sobre todo, actividades de promoción de la salud y prevención de la enfermedad, pero también ofrece servicios de atención médica general, enfermería y, de acuerdo al tipo de establecimiento, consulta especializada ambulatoria, odontología, internación y exámenes complementarios de baja complejidad, suficientes para resolver la mayoría de los problemas de salud más frecuentes.

Art. 5:

I. Son beneficiarios de la atención integral en salud de carácter gratuito en el Subsector Público de Salud:

a) Las bolivianas y los bolivianos que no están protegidos por el Subsector de la Seguridad Social de Corto Plazo.

b) Las personas extranjeras que no están protegidas por el Subsector de la Seguridad Social de Corto Plazo, en el marco de instrumentos internacionales, bajo el principio de reciprocidad y en las mismas condiciones que las y los bolivianos, de acuerdo a la presente Ley.

c) Las personas extranjeras que se encuentran en el Estado Plurinacional de Bolivia no comprendidas en el inciso b) del presente artículo y que pertenezcan a los siguientes grupos poblacionales:

1. Mujeres embarazadas, desde el inicio de la gestación hasta los seis (6) meses posteriores al parto;

2. Mujeres respecto a atenciones de salud sexual y reproductiva;

3. Niñas y niños menores de cinco (5) años de edad;
4. Mujeres y hombres a partir de los sesenta (60) años de edad;
5. Personas con discapacidades que se encuentren calificadas de acuerdo a normativa vigente.

Art. 7: (ACCESO DE LA POBLACIÓN A LA ATENCIÓN EN SALUD).

I. El acceso de la población a la atención en salud, se realizará a través de las siguientes vías:

a) Los pacientes deberán acceder obligatoriamente a través de los establecimientos de salud del Primer Nivel de Atención del subsistema público y los equipos móviles, con preferencia mediante el establecimiento al que se encuentra adscrito;

b) El acceso al Segundo Nivel de Atención será exclusivamente mediante referencia del Primer Nivel de Atención;

c) El acceso al Tercer Nivel de Atención, será exclusivamente mediante referencia del Segundo o Primer Nivel de Atención;

d) El acceso a los establecimientos de Cuarto Nivel de Atención, sólo se realizará por referencia de los establecimientos de Tercer Nivel de Atención;

e) Los servicios públicos de salud se encuentran obligados a brindar atención preferente en la prestación de servicios y en los trámites administrativos a personas en situación de vulnerabilidad, incluyendo de forma enunciativa más no limitativa, a: mujeres, niñas, niños, adolescentes, adultos mayores, personas con discapacidad y miembros de Pueblos Indígena

Originario Campesinos, comunidades interculturales y afrobolivianas;

f) El Ministerio de Salud regulará el sistema de referencia y contrarreferencia con el propósito de garantizar la continuidad de la atención y que los servicios se otorguen en los establecimientos de salud más adecuados para cada caso.

Art. 18: (SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN EN SALUD).

I. El Sistema Único de Información en Salud – SUIS, centralizará e integrará la información de todas las instituciones del Sector Salud en todos sus niveles de atención y gestión, y será administrado por el Ministerio de Salud.

II. Todas las entidades del Sistema Nacional de Salud están obligadas a proporcionar información en formato digital, interoperada y de manera oportuna al SUIS, conforme a reglamentación.

La Guía Técnica para la Atención Integral del Sistema Único de Salud del Estado Plurinacional de Bolivia (2019), tiene por objetivo explicar los procesos y procedimientos relacionados a la atención integral de las personas beneficiarias.

En el punto 4, afirma que la atención integral de salud comprende:

- a) Promoción de la Salud
- b) Prevención de enfermedades
- c) Atención de enfermedades
- d) Rehabilitación de enfermedades

Por lo cual en el punto 5, se indica que los Servicios de Salud del Primer Nivel incluyen:

- a) Promoción de la salud y prevención de enfermedades
- b) Diagnóstico, prevención y rehabilitación de la enfermedad
- c) Consulta médica y odontológica
- d) Servicios de enfermería
- e) Vacunas
- f) Medicamentos
- g) Insumos médicos
- h) Exámenes de laboratorio
- i) Exámenes de gabinete
- j) Otros servicios (curaciones, suturas, retiros de puntos, toma de presión arterial, etc.)

En base a lo expuesto, es posible resaltar que la atención en salud es una prioridad del Estado Plurinacional de Bolivia en el entendido de que a través de esta es posible promover la salud y prevenir enfermedades que puedan afectar el desarrollo de la sociedad en su conjunto, y por tal razón es fundamental tomar en cuenta la normativa vigente en el momento de planificar o estructurar las líneas de acción respecto a la salud.

CAPÍTULO V

DIAGNÓSTICO INSTITUCIONAL

En este acápite, se presentan los resultados cuantitativos obtenidos a través de la encuesta de opinión (Ver anexos), estructurada para esta investigación que fue aplicada a vecinos de grupos de WhatsApp oficiales de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, y por otro lado los resultados cualitativos obtenidos a través de la entrevista semi-estructurada (Ver anexos), aplicada al personal de servicio del Centro de Salud Apumalla y a miembros de la junta de vecinos de la zona Villa Victoria.

A partir de dichos resultados, se procedió a analizar e interpretar la información recopilada, a través de los instrumentos mencionados para plasmar un diagnóstico institucional. En un subsiguiente capítulo, permitirá desarrollar una propuesta de intervención a través de los métodos y técnicas de la Comunicación Social.

5.1. Presentación de resultados de la Encuesta de Opinión

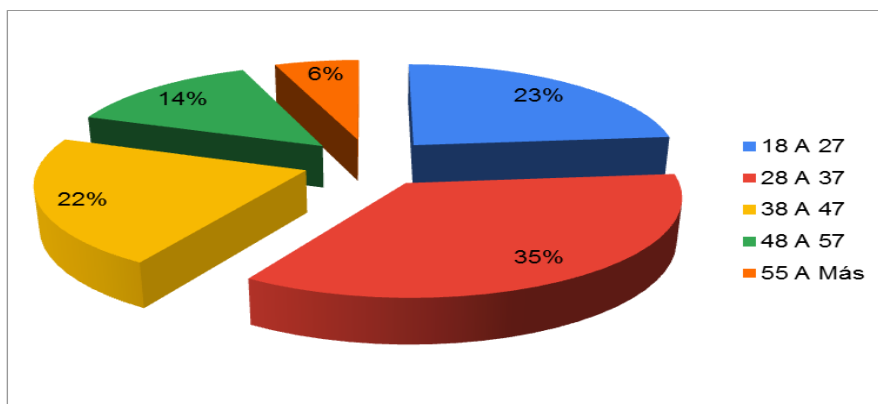
De acuerdo con el detalle muestral (fórmula estadística) propuesto para este estudio, se definió trabajar al 90% de confiabilidad. Se acopio 51 encuestas de opinión que tuvo como característica: la inclusión, pertenecer a un grupo de WhatsApp oficial de la zona Villa Victoria, de modo que se tiene a bien presentar los siguientes datos:

Tabla 5: Edad de los Encuestados

EDAD	CANTIDAD
18 A 27	12
28 A 37	18
38 A 47	11
48 A 57	7
55 A Más	3
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 1: Edad de los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

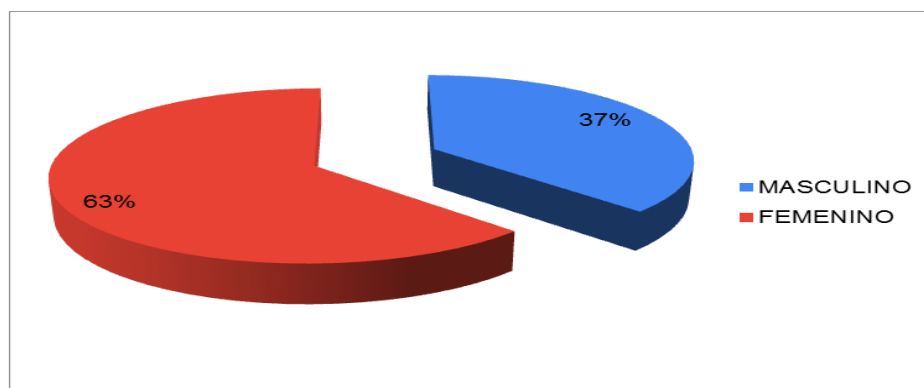
Como se puede advertir en la tabla 6 y gráfico 1, en cuanto a la edad de los participantes del estudio se tuvo que 35% de las y los participantes se encontraban en el rango de 28 a 37 años, 23% en el rango de 18 a 27 años, 22% reportaron estar en el rango de edad de 38 a 47 años, 14% de 48 a 57 años y 6% en edades de 55 a más años, siendo que se puede establecer que en su mayoría se tuvo la participación de adultos jóvenes.

Tabla 6: Sexo de los Encuestados

SEXO	CANTIDAD
MASCULINO	19
FEMENINO	32
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 2: Sexo de los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

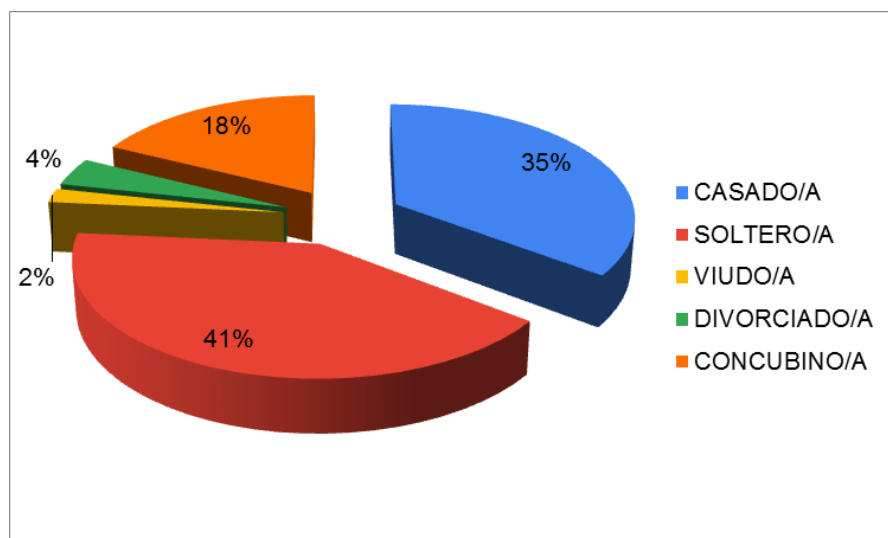
En relación al sexo de los encuestados se tiene según la tabla 7 y gráfico 2, que el 63% de las participantes son del sexo femenino y el 37% refieren ser del sexo masculino, lo cual puede denotar que las mujeres se encuentran con predisposición y atentas a emitir opiniones respecto a problemáticas de salud.

Tabla 7: Estado Civil de los Encuestados

ESTADO CIVIL	CANTIDAD
CASADO/A	18
SOLTERO/A	21
VIUDO/A	1
DIVORCIADO/A	2
CONCUBINO/A	9
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 3: Estado Civil de los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Conforme los datos presentados en la tabla 8 y gráfico 3, es posible indicar que el 41% de las y los participantes en la encuesta de opinión se identifican como soltero/a, el 35% refiere ser casado/a, el 18% reporta vivir en concubinato o unión libre, el 4% refiere estar divorciado/a y el 2% señala ser viuda/o.

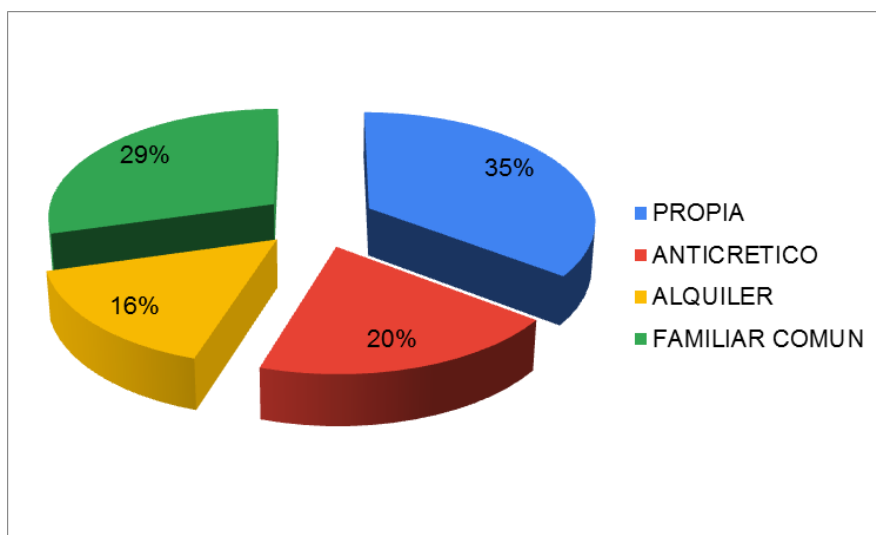
De acuerdo con los datos, la población meta se concentraría principalmente hacía personas solteras con problemáticas de salud en medicina general y planificación familiar; al mismo tiempo el siguiente grupo poblacional al que se debe apuntar es la estructura familiar.

Tabla 8: Tipo de Vivienda de los Encuestados

VIVIENDA	CANTIDAD
PROPIA	18
ANTICRETICO	10
ALQUILER	8
FAMILIAR COMUN	15
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 4: Tipo de Vivienda de los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Según la tabla 9 y gráfico 4, es posible señalar que el 35% de las y los encuestados indican tener una vivienda propia en la zona Villa Victoria, el 29% señala que comparte una vivienda familiar común, el 20% refiere tener un contrato de anticrético, y el 16% indica tener una vivienda en alquiler, de modo que este ítem permite entender la realidad socioeconómica de la población que habita en la zona.

Al respecto, se debe tener en cuenta que las familias con viviendas en anticrético y/o alquiler no son una población estable en la zona, ya que una vez cumplido el contrato de arrendamiento este puede renovarse, pueden optar por cambiar de zona.

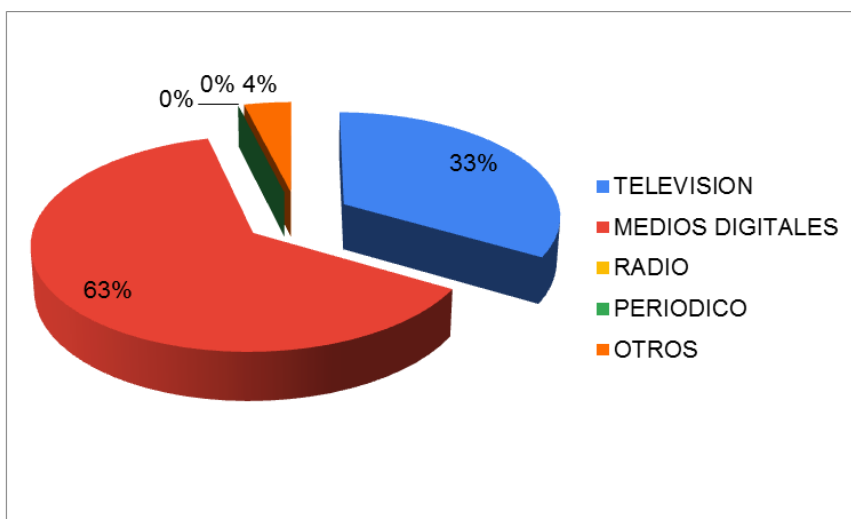
Lo cual representa que aproximadamente el 36% de la población sería dinámica y su condición de acceso a la salud sería variante.

Tabla 9: Medios de Comunicación más Usados para informarse según los Encuestados

CANALES	CANTIDAD
TELEVISION	17
MEDIOS DIGITALES	32
RADIO	0
PERIODICO	0
OTROS	2
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 5: Medios de Comunicación más Usados para informarse según los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

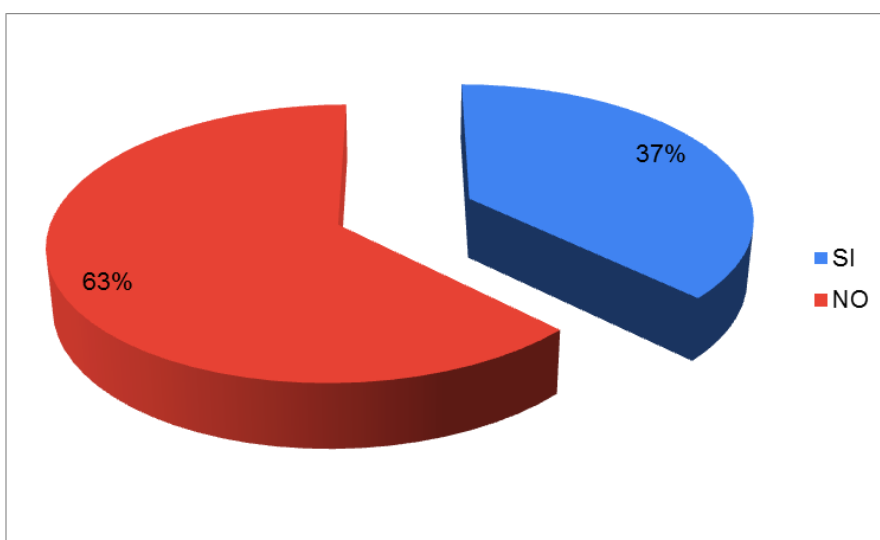
De acuerdo con la tabla 10 y gráfico 5, las y los encuestados reportan en un 63% el uso de medios digitales para buscar información; un 33% refiere adquirir información a través de la televisión y, el 4% señala otros medios de comunicación. Cabe connotar que el 0% indica el uso de radio y periódico por lo que se puede inferir que las TIC's⁵ tienen su impacto en la Comunicación Social, desplazando a medios tradicionales.

Tabla 10: Seguro de Salud de los Encuestados

	CANTIDAD
SI	19
NO	32
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 6: Seguro de Salud de los Encuestados



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Como se puede advertir en la tabla 11 y gráfico 6, se consultó a las y los participantes de la encuesta de opinión, aplicada a vecinos miembros de grupos de WhatsApp oficiales de la zona Villa Victoria, si contaban con un seguro de salud, de modo que el 63% reportó que no cuenta con un seguro y el 37% tiene este beneficio.

⁵ Tecnologías de Información y Comunicación

Este ítem se relaciona con la realidad del tipo de vivienda, puesto que al contar con un seguro de salud y hogar (propiedad privada) se vincula con una estabilidad. En este caso se deduce que la población meta de la zona Villa Victoria en su mayoría pertenecería al rango de nivel socioeconómico medio.

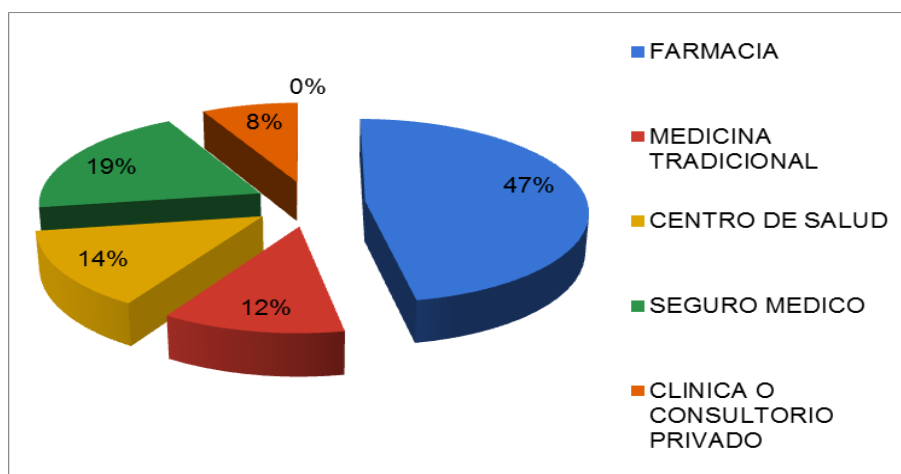
Para la presente investigación se construyó de acuerdo al objetivo específico de: identificar y analizar la opinión de los vecinos de la Zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz, en cuanto a la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla, una encuesta con la participación de 51 personas, por tanto se presentan los siguientes resultados:

Tabla 11: Ítem 1. Cuándo usted se enferma acude a

ITEM 1	CANTIDAD
FARMACIA	24
MEDICINA TRADICIONAL	6
CENTRO DE SALUD	7
SEGURO MEDICO	10
CLINICA O CONSULTORIO PRIVADO	4
NINGUNO	0
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 7: Ítem 1. Cuándo usted se enferma acude a



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

En la tabla 11 y gráfico 7, es posible identificar que en caso de enfermedad, un 47% de las y los participantes asisten a farmacias, un 19% busca atención en el seguro médico, el 14% asiste a un centro de salud, el 12% como primera medida recurre a los conocimientos de medicina tradicional y un 8% a una clínica o consultorio privado.

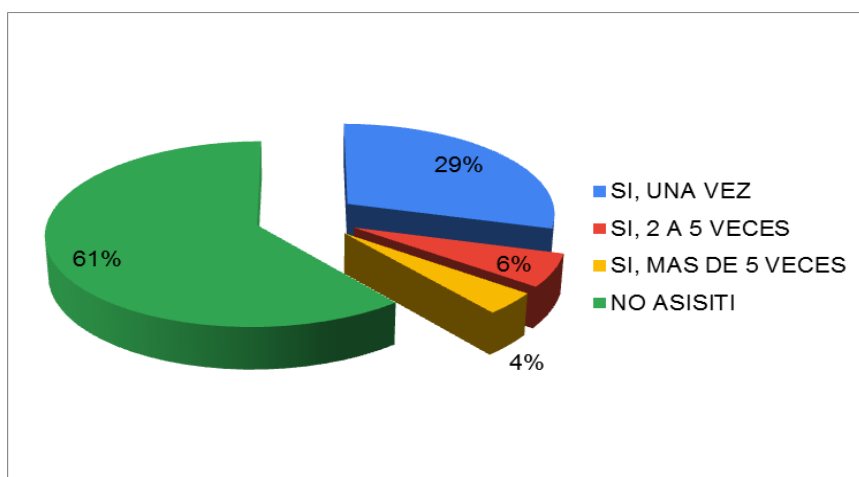
De modo que la automedicación es una opción para la mayoría de la población encuestada, lo que puede relacionarse con el índice de medicina tradicional, interpretándose como un rechazo al sistema de salud por la falta de un seguro, costos económicos o falta de información, entre otros.

Tabla 12: Ítem 2. Durante el último año ¿Usted asistió al Centro de Salud Apumalla para recibir atención médica?

ITEM 2	CANTIDAD
SI, UNA VEZ	15
SI, 2 A 5 VECES	3
SI, MAS DE 5 VECES	2
NO ASISITI	31
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 8: Ítem 2. Durante el último año ¿Usted asistió al Centro de Salud Apumalla para recibir atención médica?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Conforme lo presentado en la tabla 13 y gráfico 8, se tiene que el 61% de las y los participantes indican que en el último año no recibieron atención médica en el Centro de Salud Apumalla, en tanto que un 29% si reporta haber asistido al menos una vez, el 6% asistió 2 a 5 veces, un 4% señala haber recibido atención médica más de 5 veces.

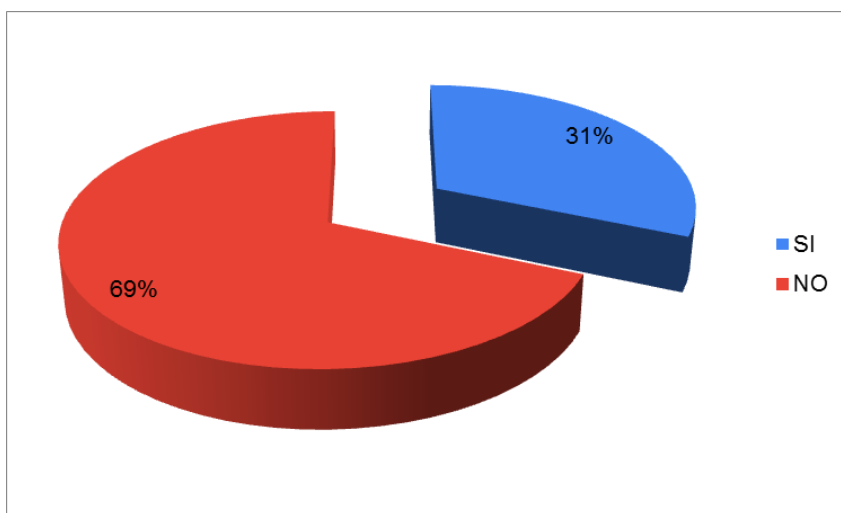
Estos resultados se pueden relacionar con el anterior ítem, ya que el optar por la automedicación o medicina tradicional y la falta de información de los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla dificulta el acceso a la salud en esta institución, de modo que el porcentaje restante puede estar relacionado con los servicios de Bono Juana Azurduy, el Carmelo o el SUS que no significa un costo, sino un beneficio para los usuarios.

Tabla 13: Ítem 3. ¿Conoce los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla?

ITEM 3	CANTIDAD
SI	16
NO	35
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 9: Ítem 3. ¿Conoce los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Según la tabla 14 y gráfico 9, se tiene de acuerdo con los datos recopilados que el 69% de las y los participantes en la encuesta de opinión desconocen los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria, en contraposición al 39% que señala si tener conocimiento de dichos servicios.

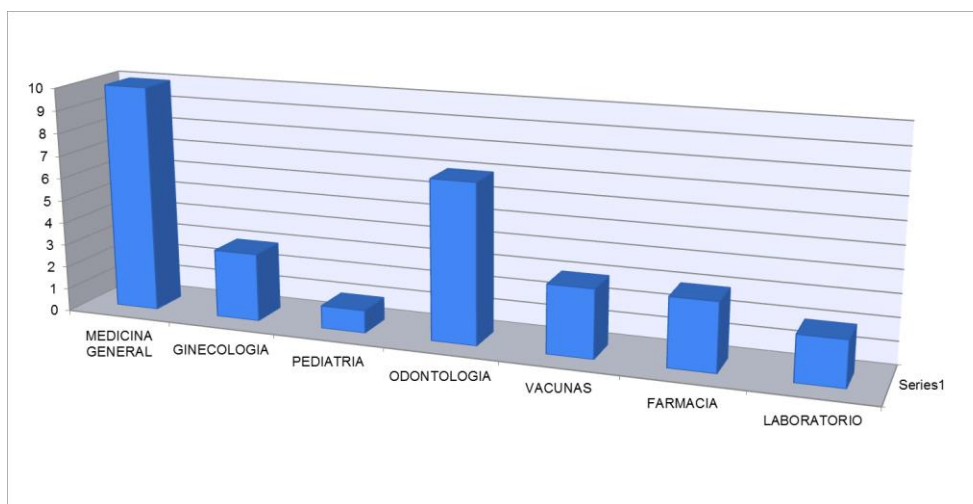
Este ítem es de suma importancia, ya que el hecho de que una persona opte por recibir un servicio de cualquier institución depende de la calidad de su difusión de información, mismo que debe responder a la necesidad del usuario.

Tabla 14: Ítem 4. ¿Cuál o cuáles servicios de salud conoce?

ITEM 4	CANTIDAD
MEDICINA GENERAL	10
GINECOLOGIA	3
PEDIATRIA	1
ODONTOLOGIA	7
VACUNAS	3
FARMACIA	3
LABORATORIO	2

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 10: Ítem 4. ¿Cuál o cuáles servicios de salud conoce?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

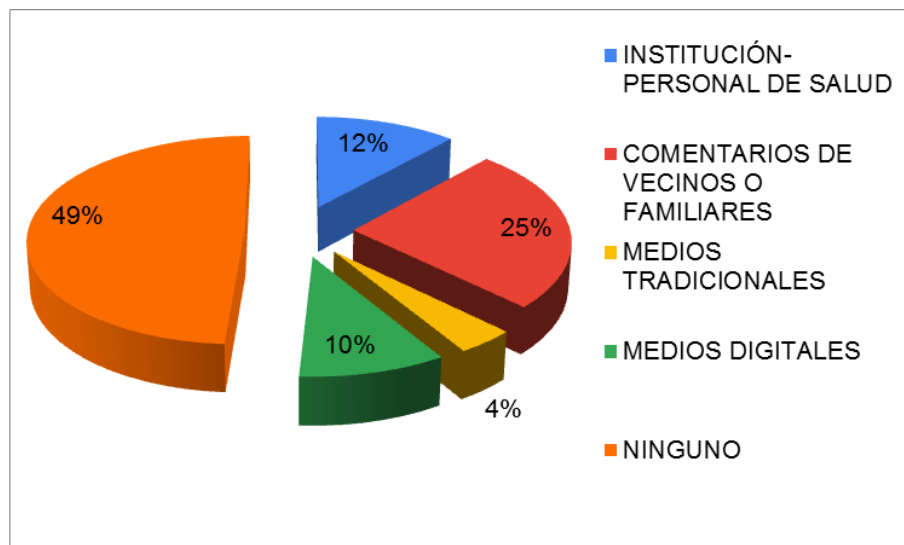
En la tabla 15 y gráfico 10, se identificó los servicios conocidos del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria, citados por orden jerárquico: medicina general, odontología, ginecología, vacunas, farmacia, laboratorio y servicio de vacunación. De modo que las personas que si recibieron atención en esta institución si conocen la disposición de servicios que se enmarcan en la categoría de primer nivel de tipo ambulatorio.

Tabla 15: Ítem 5. ¿Cómo se informa sobre algún servicio del Centro de Salud Apumalla?

ITEM 5	CANTIDAD
INSTITUCIÓN-PERSONAL DE SALUD	6
COMENTARIOS DE VECINOS O FAMILIARES	13
MEDIOS TRADICIONALES	2
MEDIOS DIGITALES	5
NINGUNO	25
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 11: Ítem 5. ¿Cómo se informa sobre algún servicio del Centro de Salud Apumalla?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

En la tabla 16 y gráfico 11, se puede reconocer que el 49% de la población encuesta indica que no se informa sobre los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla, un 25% señala que estos datos a través de vecinos o familiares que asistieron para recibir atención en dicho centro, el 10% encontró información en medios digitales como Facebook, WhatsApp, entre otros y el 4% en medios tradicionales.

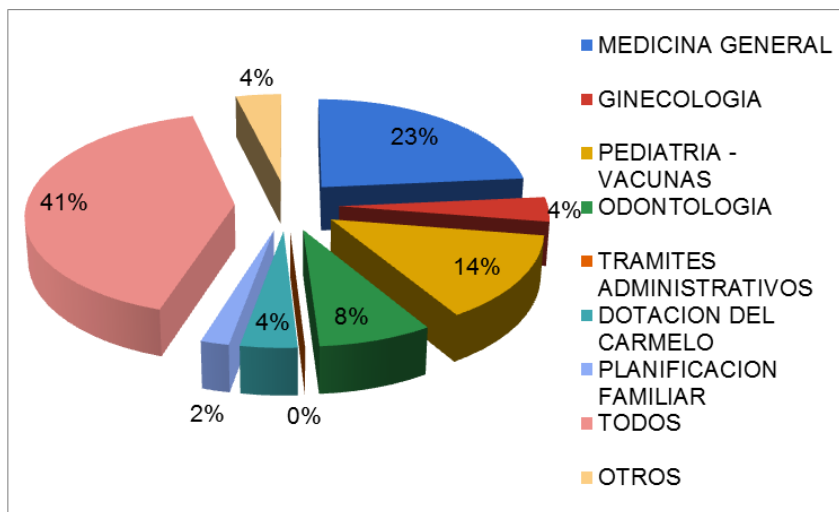
Esta información se constituye en una base justificativa para mejorar, propone un plan de difusión porque el 50% de la población involucrada indirectamente genera una demanda y necesidad de conocimiento para acceder al centro de salud.

Tabla 16: Ítem 6. ¿Sobre qué servicio le gustaría recibir información?

ITEM 6	CANTIDAD
MEDICINA GENERAL	12
GINECOLOGIA	2
PEDIATRIA - VACUNAS	7
ODONTOLOGIA	4
TRAMITES ADMINISTRATIVOS	0
DOTACION DEL CARMELO	2
PLANIFICACION FAMILIAR	1
TODOS	21
OTROS	2
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 12: Ítem 6. ¿Sobre qué servicio le gustaría recibir información?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

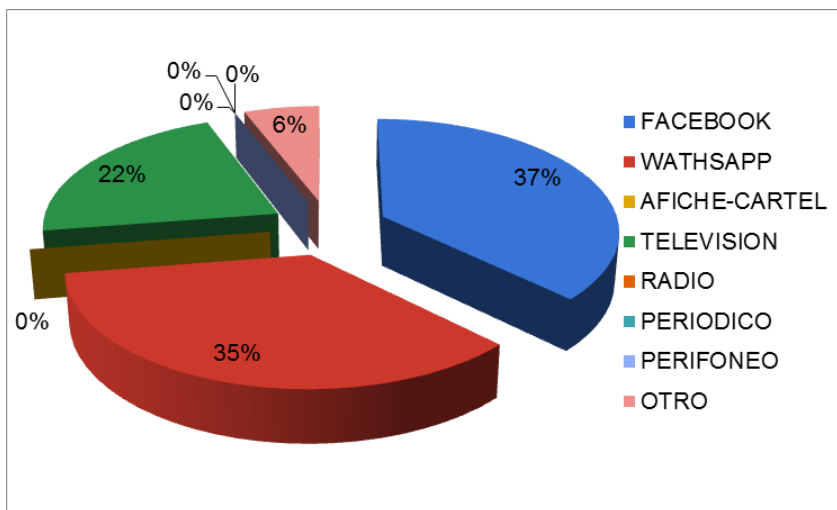
Conforme la tabla 17 y gráfico 12, el 41% de las y los participantes señalan el interés por recibir información de todos los servicios que presta el centro de salud, el 23% indica que le interesa recibir atención en medicina general, 14% se interesa en temas relacionados con pediatría y vacunas, un 8% odontología, y el 4% restante dotación del Carmelo y planificación familiar.

Tabla 17: Ítem 7. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la información?

ITEM 7	CANTIDAD
FACEBOOK	19
WATHSAPP	18
AFICHE-CARTEL	0
TELEVISION	11
RADIO	0
PERIODICO	0
PERIFONEO	0
OTRO	3
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 13: Ítem 7. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la información?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

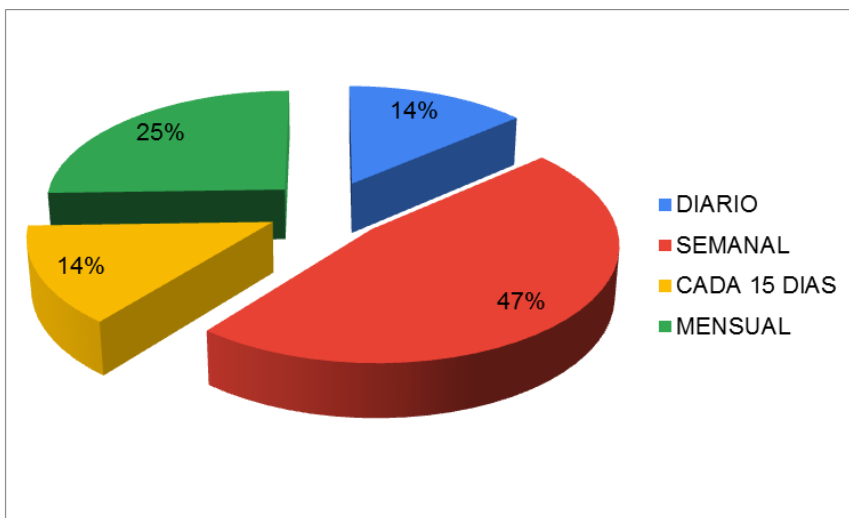
En la tabla 18 y gráfico 13, se tiene que el 37% de las y los encuestados prefiere recibir información a través de Facebook, en tanto el 35% indica que le gustaría recibir información por WhatsApp, un 22% reporta que la televisión sería una opción y un 6% estaría de acuerdo en optar por otros medios. Un aspecto a resaltar es que para radio, periódico y perifoneo se tiene un porcentaje de 0, por ende la inversión en estos medios de comunicación para proponer estrategias, planes, campañas serian vanas e innecesarias.

Tabla 18: Ítem 8. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información sobre los servicios del Centro de Salud Apumalla?

ITEM 8	CANTIDAD
DIARIO	7
SEMANAL	24
CADA 15 DIAS	7
MENSUAL	13
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 14: Ítem 8. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información sobre los servicios del Centro de Salud Apumalla?



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

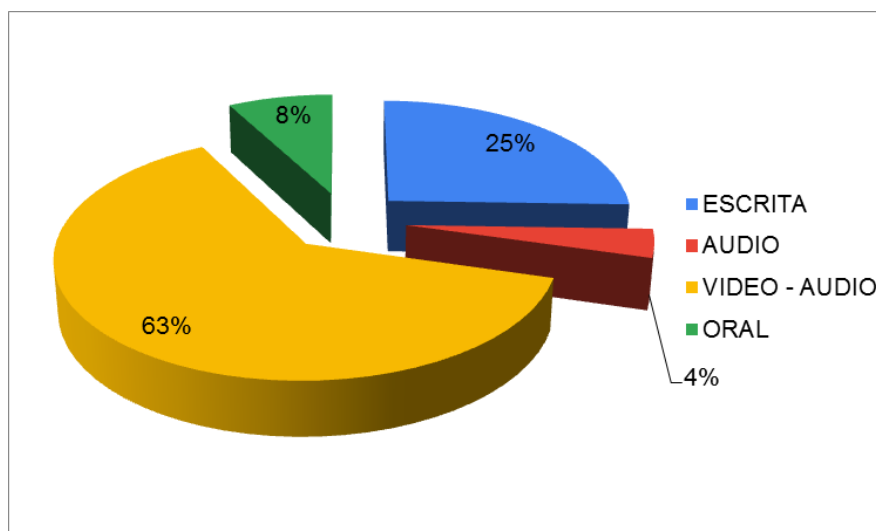
Tal como se puede advertir en la tabla 19 y gráfico 14, con relación a la consulta del lapso de tiempo, un 47% indica que optaría por recibir información cada semana, el 25% de forma mensual, 14% cada 15 días. De este modo, se interpreta que la mayoría de la población recibiría información cada siete días sobre los servicios del centro de salud, ya que de lo contrario puede resultar cansador para el público meta.

Tabla 19: Ítem 9. Cuándo recibe información en salud, usted prefiere que sea de forma:

ITEM 9	CANTIDAD
ESCRITA	13
AUDIO	2
VIDEO - AUDIO	32
ORAL	4
TOTAL	51

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 15: Ítem 9. Cuándo recibe información en salud, usted prefiere que sea de forma:



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

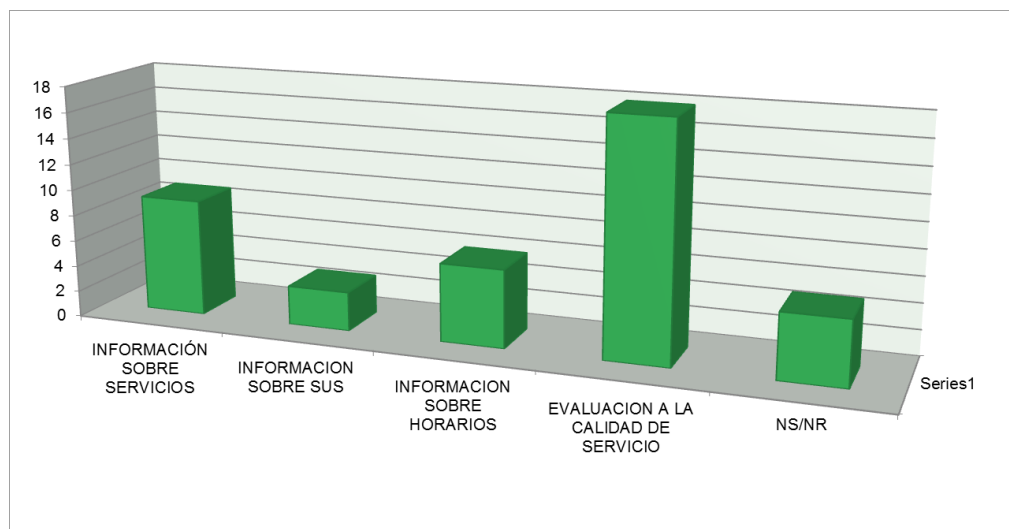
De acuerdo con la tabla 20 y gráfico 15, el 63% reporta que prefieren recibir la información o mensaje de forma audiovisual, un 25% escrito, 8% oral y el 4% a través de audios; entonces las TIC's se vuelven cotidianas y la producción audiovisual es el producto que esperan por la didáctica e impacto sobre la población. Por otro lado, se vuelve a advertir que el medio escrito, con el pasar del tiempo va perdiendo su impacto, precisamente por la influencia del mundo digital.

Tabla 20: Ítem 10. Reclamos y sugerencias respecto a los Servicios del Centro de Salud Apumalla

ITEM 10	CANTIDAD
INFORMACIÓN SOBRE SERVICIOS	9
INFORMACION SOBRE SUS	3
INFORMACION SOBRE HORARIOS	6
EVALUACION A LA CALIDAD DE SERVICIO	18
NS/NR	5

Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

Gráfico 16: Ítem 10. Reclamos y sugerencias respecto a los Servicios del Centro de Salud Apumalla



Fuente: Elaboración propia en base a la Encuesta de Opinión, 2020

En la tabla 21 y gráfico 16, se sintetizó las sugerencias y reclamos en relación a los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria, es así que el público meta demanda en primer lugar realizar una evaluación constante a la calidad de servicios, ya que indican que no existe calidez por parte de médicos y personal de enfermería, en segundo lugar, se sugiere que se transmita información sobre los servicios disponibles en esta entidad, porque no es un referente en la zona.

Las y los encuestados solicitan información sobre horarios de atención y el Sistema Único de Salud, por que como se pudo advertir en relación al ítem del seguro, el 63% de la población no cuenta con este beneficio social y eso limita el acceso a los servicios.

5.2. Análisis y sistematización de la entrevista semi-estructurada

A la par de la encuesta de opinión, se aplicó una entrevista semi-estructura para responder al objetivo específico de indagar sobre los servicios y la información que se difunde, dicho instrumento se aplicó al personal del Centro de Salud Apumalla y a la junta de vecinos de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz.

Al respecto, es menester señalar que se entrevistó al siguiente personal:

- Dra. Elizabeth Gerónimo – Directora del Centro de Salud
- Dra. María C. Ticona – Médico
- Enf. Eva M. Chambi – Auxiliar de Enfermería
- Lic. Karen Roja – Administradora
- Univ. Tatiana Mendoza – Internista de la carrera de Medicina
- Sra. Virginia Quispe – Recaudadora

La guía de entrevista semi-estructurada consta de 10 ítems, divididos en: Servicios de salud, difusión de información y construcción de mensajes (Ver anexos).

En cuanto a servicios, los entrevistados citan los siguientes: Medicina General, odontología, farmacia, enfermería, atención integral al niño menor de cinco años, mujeres embarazadas, adultos mayores de 60 años, planificación familiar, programas como tuberculosis, vacunación, zoonosis, atención con inyectables, curaciones y laboratorio básico (control en orina, examen sanguíneo).

Por otro lado, los entrevistados señalan que los servicios más requeridos en el Centro de Salud Apumalla son: medicina general, odontología, Bono Juana Azurduy, desnutrición cero (dotación de micronutrientes, Carmelo para el adulto mayor), la atención materno infantil y laboratorio, actualmente con la demanda de detección COVID-19.

Además, se debe tener presente que por día se atienden a 18 pacientes, es decir, entre 80 a 90 por semana (de lunes a viernes). Al mismo tiempo se debe considerar que por la problemática de COVID-19 el número de atenciones disminuyó para prevenir contagios, también se redujo al personal de salud, entre ellos, internistas que cumplen su función por tres meses, de acuerdo a lo establecido para su modalidad de graduación.

Este aspecto es importante, ya que según el personal de planta, los internistas cumplen la función de brindar información a la población, pero al no contar con recursos económicos significativos establecidos en el POA⁶, la publicidad es limitada y en muchos casos sólo se cuenta con información a través de banners, al interior del centro de salud.

En tiempos donde no existía COVID-19, los internistas brindaban charlas y talleres respecto a atención integral y problemas de salud propios de las temporadas, también se realizaban campañas de vacunación casa por casa o ferias en el aérea verde colindante (Plaza Huallparimachi), en caso de campañas el establecimiento cuenta con un parlante que se instala en la puerta principal.

Según la información recopilada, no se cuenta con un plan de difusión de servicios, de modo que la Junta de Vecinos coadyuvan con esta tarea, lo cual en algunas

⁶ Planificación Operativa Anual

oportunidades es un riesgo porque de acuerdo con el personal entrevistado, la información proporcionada podría distorsionarse. Situación comparada con la afiliación al SUS, que si bien medios tradicionales informan que existe un seguro médico, no especifican aspectos puntuales como requisitos, procedimientos, prestaciones (atención de enfermedad); de modo que cuando la población pretende gozar de este servicio se molesta por la burocracia.

En este entendido, también se consultó cuál es el género (femenino, masculino) que más dudas tiene al momento de recibir atención en el Centro de Salud Apumalla, el personal de salud reporta que en su mayoría son varones, particularmente de la tercera edad. Entre las dudas más reiterativas se citan: programas de salud, horarios y requisitos necesarios para recibir atención.

En síntesis, el Centro de Salud Apumalla de la Zona Villa Victoria es dependiente económica y administrativamente del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz como del Servicio Departamental de Salud, por tanto si se requiere implementar algún costo que no figure en el POA, el mismo debe encontrar su modo de subvención, lo que limita y restringe contar con un plan comunicacional.

Sólo se cuenta con información proporcionada por estas entidades gubernamentales y no así, una difusión personalizada, por tanto el centro de salud debe encontrar las estrategias comunicacionales adecuadas para su realidad.

Por otro lado, se aplicó la entrevista semi-estructurada a miembros de la junta de vecinos de la zona Villa Victoria:

- Lily Viviana Lima Martínez (Presidenta de la Junta de Vecinos de la zona de Villa Victoria).
- Sergio Alfaro (Vicepresidente de la Junta de Vecinos).

La actividad principal de la junta de vecinos es representar las necesidades de los residentes en diferentes instancias, entre ellas, las actividades relacionadas con el Centro de Salud Apumalla.

De acuerdo con la directiva de la junta de vecinos, la mayoría de las personas que habita en la zona de Villa Victoria utiliza sólo por emergencia los servicios del centro de salud.

Al respecto, los entrevistados señalan que la mayoría prefiere recurrir a la medicina tradicional, farmacias o clínicas privadas; también identifican dificultad con el Sistema Único de Salud, puesto que los vecinos no acuden a inscribirse por falta de información y conocimiento en el procedimiento.

La directiva de la junta de vecinos de Villa Victoria manifiesta que el personal de salud brinda información en salud a sus pacientes, pero no llegan a un público más amplio por carencia de medios de comunicación y presupuesto destinado a material de difusión.

Un aspecto a resaltar de la directiva vecinal es que a partir de los hechos ocurridos en octubre de 2019 se crearon grupos de WhatsApp, ya que identificaron que en la actualidad las personas manejan mucho más sus celulares con el fin de comunicarse de forma rápida. A partir de esta aplicación de mensajería se puede llegar a un grupo segmentado de personas interesado en un determinado tema.

Teniendo en cuenta lo expresado, se puede establecer que la junta de vecinos prefiere que la información sea difundida por medios digitales como el WhatsApp y Facebook porque así se respeta el tema del distanciamiento social como medida de prevención ante COVID-19.

5.3. Diagnóstico Institucional

Conforme lo expuesto anteriormente, a partir de los instrumentos: cuantitativo (encuesta de opinión) y cualitativo (entrevista semi-estructurada), se procederá a interpretar

los resultados para establecer un diagnóstico institucional y una intervención a partir de la Comunicación Social.

Las estrategias, planes y campañas comunicacionales deben responder a la coyuntura de la población, la cual se pretende alcanzar con mensajes claros y la selección de canales adecuados. Asimismo medios tradicionales como radio y periódico fueron desplazados a un segundo plano, en el entendido de que los encuestados prefieren recibir la información a través de medios digitales como Facebook, WhatsApp, entre otros.

Lo expresado se respalda en León et al. (2015), quienes señalan que los procesos de comunicación aportan a la sostenibilidad de comunidades y organizaciones. Apuntan al logro de sus objetivos, misión y visión, siendo indispensable integrar a los miembros en la apropiación de objetivos y la toma de decisiones.

Es así, que los vecinos que participaron en la encuesta de opinión resaltan la necesidad de conocer los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria. De forma paralela es posible identificar que uno de los obstáculos para llegar a la población meta es la ausencia de estrategias comunicacionales y por otro lado, el factor económico de la institución.

En primera instancia, se cree que la información tendrá impacto a través de los medios de comunicación tradicional, pero de acuerdo con las y los encuestados se espera la difusión de servicios de forma virtual, lo que implica un costo menor al esperado.

De acuerdo con Torrico (2010), la comunicación al constituirse a partir de un componente social ingresa dentro del campo de la pluridisciplinariedad, multidisciplinariedad e interdisciplinariedad, por lo que es necesario establecer las funciones a través de estrategias comunicacionales sobre todo en relación a la tecnología.

Respecto a esta situación, el acceso a la salud no sólo depende de políticas que puedan surgir de parte del Estado, de modo que por la falta de conocimiento y acceso a un

seguro de salud, la población aún recurre a prácticas de automedicación y medicina tradicional. Por tanto, las y los participantes reportan no asistir al centro de salud por desconocimiento y si conocen las características de la entidad es por vecinos o familiares que asistieron anteriormente.

A modo de diagnóstico institucional el presente proyecto concluye que: “*El Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria, requiere la implementación de un plan informativo para la difusión de sus servicios*”, así prevenir enfermedades a partir de estrategias comunicacionales de acuerdo a la realidad de la zona y el establecimiento.

CAPÍTULO VI

MARCO PROPOSITIVO

En este capítulo, se realiza la propuesta de un plan informativo, conforme al objetivo general de la presente investigación para responder a la realidad encontrada a través de los instrumentos de investigación y el respectivo diagnóstico institucional del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020.

6.1. Título de la Propuesta

“Plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla”

6.2. Antecedentes de la Propuesta

Las investigaciones en el campo de la comunicación social apuntan en la actualidad a dinamizar el proceso de desarrollo comunitario desde lo social, de manera que una vía para el logro de metas y objetivos es fortalecer potencialidades estratégicas de la construcción social y cultural del hombre.

Así, Rodríguez et al. (2018), señala que la comunicación social en salud promueve el diálogo y el intercambio de información, que es un componente imprescindible en relación a los servicios. La evolución de las definiciones en comunicación para la salud, incluyen en la actual coyuntura cambios sustanciales en planeación y conceptualización de dicha realidad.

Por esta razón, Tilleria (2016), refiere que la comunicación en tanto responde a un proceso de generación, producción, consumo e intercambio de producciones sociales, en muchos casos se reduce a campañas mediáticas y consejos light para llevar una vida saludable, lejos de la promoción de la salud.

Por eso mismo, los ciudadanos hacen de los medios de comunicación, un conjunto de entidades dedicadas al comercio, dejando así que las representaciones sociales sobre salud y enfermedad se construyan a través de la televisión, radio, prensa escrita e internet. (Tilleria, 2016).

De este modo, a través de los datos obtenidos, análisis e interpretación de las encuestas de opinión y entrevistas semi-estructuradas es posible establecer que el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria necesita incorporar un plan informativo para la difusión de servicios con el fin de llegar al público meta.

A continuación se estructura una propuesta que responda a demandas y necesidades de los usuarios, vecinos de la zona Villa Victoria.

6.3. Objetivos de la Propuesta

6.3.1. Objetivo General de la Propuesta

- Estructurar el Plan Informativo para la difusión de los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla, a través de la elaboración de mensajes dirigidos a vecinos de la Zona Villa Victoria del macrodistrito de Max Paredes de la ciudad de La Paz, en la gestión 2020.

6.3.2. Objetivos Específicos de la Propuesta

- Determinar las líneas de acción comunicacional conforme el diagnóstico institucional para mejorar la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla.
- Establecer la línea gráfica y mensajes para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla a través de materiales específicos.
- Describir el procedimiento de difusión de información del Centro de Salud Apumalla.

6.4. Población Meta

- **Beneficiarios Directos:** Jóvenes, adultos, adultos mayores, mujeres embarazadas y población en general que sean vecinos de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz.
- **Beneficiarios Indirectos:** Familiares, amigos, vecinos de zona aledañas y población en general de la ciudad de La Paz, que tengan relación con los beneficiarios directos establecidos en la propuesta.

6.5. Metodología

El presente proyecto de grado asumirá la metodología cualitativa de Investigación Acción Participativa, misma que se la define como:

“La IAP es una variedad de investigación cualitativa relacionada con la intervención y reforma social. Involucra a la propia población en la toma de decisiones y la solución de un problema que la comunidad considera que debe ser resuelto. Es al mismo tiempo una metodología de investigación y un método de intervención social, por ser un movilizador social que genera tejido social” (Katayama, 2014, p.61).

Siguiendo con el autor, la Investigación Acción Participativa, trabaja con el empoderamiento mediante la producción y uso del saber propio de la comunidad, suele estar estrechamente relacionado con la educación popular, ya que aplica las estrategias de:

- a) Aprender haciendo.
- b) Comprender la realidad que tienen los propios individuos involucrados (Katayama, 2014).

En este entendido, se trabajará bajo los lineamientos de este tipo de metodología en las siguientes fases:

- Delimitación de problemas y objetivos a trabajar.
- Diagnóstico de la problemática.
- Elaboración de la propuesta en base a líneas de acción.
- Puesta en marcha de acciones necesarias (difusión de información).

6.6. Líneas de Acción

En base a la encuesta de opinión se identificaron los medios comunicacionales adecuados para la población meta: Facebook, WhatsApp, televisión interna, roleros y paneles informativos.

A continuación se exponen las tres líneas de acción sobre, las cuales, se ejecutará el plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020: Datos básicos - generales, servicios y programas de salud.

Cada línea de acción involucrará temas de acuerdo con el requerimiento de usuarios y personal de salud, entonces los datos básicos resaltan la ubicación, horarios de atención, misión y visión. Asimismo, la segunda línea de acción se basa en requisitos para atención, servicios, pasos para recibir atención, laboratorio clínico, odontología, referencia del paciente a un hospital y casos de emergencia.

Finalmente, la tercera línea de acción engloba los programas de salud contemplando requisitos para inscripción al Sistema Único de Salud, Bono Juana Azurduy y Carmelo.

6.7. Planificación en comunicación

Para el presente proyecto se tomaron en cuenta las tres primeras etapas para la elaboración del plan informativo establecidos en el análisis, diseño; además del desarrollo, prueba, revisión y producción de mensaje. Tomando en cuenta que siendo proyecto de grado no se

ejecutará, por tanto, no se prevé las etapas de ejecución, fiscalización y evaluación del impacto.

6.7.1. Análisis

Para determinar el diseño gráfico de los materiales comunicacionales se tomó en cuenta lo siguiente:

- **Naturaleza del público:** En primera instancia, se beneficiará de forma directa a mujeres y hombres de 18 a 37 años (casadas/os y solteras/os) que tienen casa propia o vivienda común en la zona de Villa de Victoria del macrodistrito Max Paredes, los cuales no cuentan con seguro médico.

En segundo lugar, el público meta se establece en jóvenes de 18 a 27 años y adultos 38 a 47 años, quienes son familiares, amigos y vecinos de las zonas aledañas, que tienen relación con los beneficiarios directos establecidos en la propuesta.

- **Políticas y programas en salud:** La propuesta está apoyada en la Ley N° 1152 “Hacia el Sistema Único de Salud, Universal y Gratuito” del 20 de febrero de 2019, el Decreto Supremo N°066 Bono Juana Azurduy del 3 de abril de 2009 y el programa de salud pública denominado Programa Ampliado de Inmunización – PAI, entre otros.
- **Recursos de comunicación disponible:** En tema de recursos humanos, la propuesta de plan informativo determina la contratación de un editor - diagramador y un profesional en comunicación para la elaboración de material comunicacional. Actualmente, el Centro de Salud Apumalla no cuenta con este personal.

En el ámbito de recursos financieros, la institución en salud de acuerdo a su Programa Operativo Anual (POA) gestión 2020 cuenta con 360.000 bolivianos, es decir, un aproximado de 30.000 bolivianos mensual. En el tema de propaganda, el Centro destina una partida exclusiva de 5.000 bolivianos, monto que si no se ejecuta se revierte al Tesoro General de la Nación.

En el tema de materiales, la institución cuenta con cuatro computadoras, una impresora, un televisor Sony Led 40 pulgadas, DVD, WIFI habilitado sólo para oficina de dirección, cuatro escritorios de madera, seis paneles informativos, material de escritorio (papel bon tamaños carta - oficio, bolígrafos, lápices, engrampadora, perforadora, etc.)

Sin embargo, se tienen que adquirir una cámara fotográfica - filmadora profesional, programas de edición digital: Adobe Illustrator, Adobe After Effects, Adobe Premier y Adobe Encoder.

6.7.2. *Diseño de la propuesta*

Objetivos

- Determinar un slogan para el Centro de Salud Apumalla, frase que acompañará al nombre de la institución en los productos comunicacionales.
- Crear una página de Facebook institucional (FAN PAGE) con fotos de portada, perfil, datos básicos de información, categoría, descripción y horario comercial.
- Elaborar artes y videos animados basados en tres lineamientos informativos, datos básicos - generales, servicios y programas de salud.

Selección de Medios

En el marco de la presente propuesta se determinó el uso de una página de Facebook institucional (FAN PAGE) perteneciente al Centro de Salud Apumalla, también el uso de dos grupos WhatsApp, administrados por la Junta de Vecinos de la zona Villa Victoria, macrodistrito Max Paredes.

De forma paralela se prepara material impreso para los paneles informativos instalados en el pasillo, sala de espera, enfermería y recaudaciones de la institución. Por el tema de la pandemia no se realizará volantes, trípticos o dípticos porque la Organización Mundial de la Salud/Organización Panamericana de la Salud recomendó disminuir el uso de papel para prevenir la transmisión del virus COVID-19.

Como tercer punto, se utiliza medios audiovisuales: un televisor instalado en la sala de espera del establecimiento de primer nivel de atención y televisores de restaurantes, heladerías, pizzerías ubicadas en la Zona de Villa Victoria.

6.7.3. *Desarrollo, prueba, revisión y producción de mensajes*

- **Slogan**

“Primero Salud, Primero tu Centro”

- **Mensajes**

Para el presente plan informativo se determinó una base de 14 temas, vinculados a tres lineamientos informativos, presentados a continuación:

Tabla 21: *Lineamientos y datos para los mensajes*

Lineamiento 1		
Datos básicos y generales		
N°	Tema	Contenido
1	Ubicación	Croquis del Centro de Salud Apumalla. Avenida Apumalla, calle Peñas, Calle José María Asín, plaza Huallparimachi Zona Villa Victoria.
2	Horarios de atención	De lunes a viernes de 8:00 a 14:00 y de 14:00 a 20:00 horas. Fin de semana y feriados no hay atención.
3	Misión	Es un establecimiento de salud de primer nivel de atención que brinda servicio médico integral con calidad y calidez a menores de cinco años, mujeres embarazadas, en estado fértil, adulto mayor y población en general.
4	Visión	El Centro de Salud Apumalla es un centro modelo de atención integral con atención médica desarrollando actividades con mayor complejidad, competitividad, modernización, liderazgo para la total satisfacción del usuario en estos tiempos en que se requiere mejorar la atención en salud.

Lineamiento 2			
Servicios			
5	Requisitos para atención	Pacientes con SUS	Pacientes sin SUS
		<ul style="list-style-type: none"> • Original y fotocopia del carnet de identidad. • Una factura de Luz. • Boleta de adscripción (inscripción) al Sistema Único de Salud (SUS). 	<ul style="list-style-type: none"> • Original y fotocopia del carnet de identidad. • Pago por la atención.
	Niños (as).	Mujeres embarazadas	Mujeres en estado fértil
	Presentar carnet de vacunas.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar carnet prenatal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Carnet de Salud Sexual y Reproductiva (SSR).
6	Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Atención médica gratuita por el SUS (previo registro). • Medicina general, enfermería, planificación familiar, vacunas para niños menores de cinco años, farmacia. • laboratorio básico examen de orina y sangre (sólo turno mañana). • Odontología (de 8:00 a 14:00 horas). • Bono Juana Azurduy procura el control del embarazo y niño sano. • Entrega gratuita del Carmelo (cereal nutricional para personas de la tercera edad). • Prueba del papanicolau (para prevenir el cáncer de cuello uterino). • Vacuna antirrábica para perros y gatos. • Vacuna contra el Virus del Papiloma Humano VPH a niñas de 10 años. • No se brindan especialidades 	
7	Pasos para recibir atención	Pasos para recibir atención médica: <ol style="list-style-type: none"> 7. Recabar ficha en informaciones (recaudaciones). 8. Tomar asiento en sala de espera. 9. Pasar a enfermería para toma de signos vitales (peso, talla, temperatura, presión arterial y frecuencia respiratoria). 10. Volver a sala de espera. 11. Pasar a consultorio médico para revisión. 	

		12. Finalmente farmacia (si el caso lo requiere).
8	Laboratorio clínico	<ul style="list-style-type: none"> • El paciente debe programar su examen. • La toma de muestra se realiza a las 7:00 horas. • Los resultados son entregados de 12:30 a 13:00 horas.
9	Odontología	<p>Lista de atenciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Consulta. • Profilaxis. • Aplicación de flúor gel. • Sellador de fosas y fisuras. • Aplicación de cariostáticos. • Restauraciones con ionomero de vidrio. • Restauraciones con resina. • Pulpotomías. • Tratamiento de conducto uniradicular. • Extracción dental. • Drenaje de abscesos dentales. • Tratamiento de alveolitis.
10	Referencia del paciente a un hospital	<p>Pasos para acceder a la boleta de referencia y ser derivado a un hospital de 2do y 3er nivel:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recabar ficha en informaciones (recaudaciones). 2. Tomar asiento en sala de espera. 3. Pasar a enfermería (toma de peso, talla, temperatura, presión arterial y frecuencia respiratoria). 4. Volver a sala de espera. 5. Pasar a consultorio médico para revisión. 6. De acuerdo a valoración médica se entregará la REFERENCIA para que el paciente sea atendido en un hospital.
11	Emergencia	En el caso de emergencia, el paciente puede saltar los pasos administrativos para recibir atención oportuna y salvar su vida.
Lineamiento 3 Programas de salud		
12	Requisitos para registro al SUS	<p>El SUS es un seguro de salud vigente para toda la población que no cuente con ningún tipo de seguro a corto plazo.</p> <p>Para adscribirse (inscribirse) al SUS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fotocopia de la cédula de identidad. • Factura de luz o agua.

		<ul style="list-style-type: none"> • Ser vecino de la zona Villa Victoria.
13	Bono Juana Azurduy	Las beneficiarias pueden acudir al Centro de Salud Apumalla los días miércoles de 8:00 a 16:00 horas.
14	Carmelo	<p>Cereal nutricional para adultos mayores. El producto es dotado una vez por mes, previa presentación del recibo de la renta dignidad.</p> <p>No es retroactivo. Si el beneficiario no recoge su cereal “Carmelo” a tiempo lo perderá.</p>

- **Prueba**

Al concluir con la redacción de mensajes, en primera instancia el contenido pasó a revisión de la directora del Centro de Salud Apumalla, Dra. Elizabeth Gerónimo; seguido de dos profesionales en medicina general, quienes verificaron terminologías, requisitos e importancia del tema.

Posteriormente, se presentaron a cinco pacientes que asistieron al establecimiento de salud para identificar su fácil comprensión.

- **Producción de mensajes**

En la presente sección se determinó el diseño de los productos comunicacionales:

Colores utilizados: celeste (representa pureza, divinidad), blanco (bondad, pureza e inocencia) porque identifican a instituciones nacionales e internacionales en salud; además del color rosado (expresa cariño, protección) y azul (estabilidad).



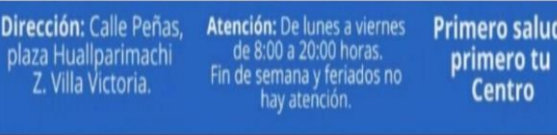
Tipo de letra: Se aplicaron tipos de letras, con el fin de no forzar la vista y que sea de lectura fácil.


Latín Bebas Neue tamaño 74 para títulos y encabezados.



Latín Roboto tamaño 43 para el contenido general.


Gráficos: El material comunicacional está apoyado por vectores (gráficos prediseñados), fotografías y diseño (dibujos propios).

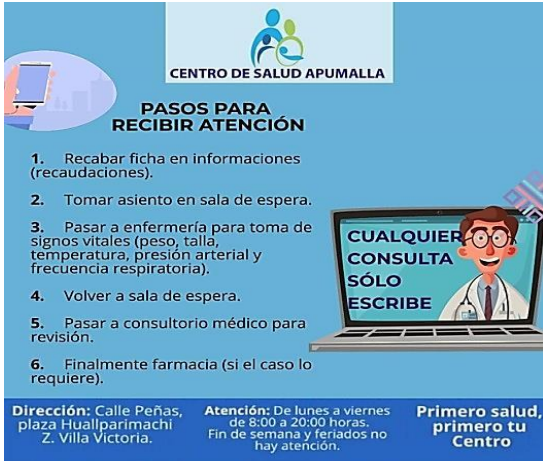

Tabla 22: Contenido de la propuesta - mensajes



ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 1	Dar a conocer los datos básicos y generales de la institución.	Crear una página oficial en Facebook (FAN PAGE) para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria	Artes gráficos: Foto de portada tamaño 851x315px. Foto de perfil tamaño 170x170 px. Formatos JPEG, que resalten el nombre del centro de salud	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp	<p>IMAGEN DE PORTADA</p>  <p>Fuente: Fotografía Propia, 2020</p> <p>IMAGEN DE PERFIL</p>  <p>Fuente: Elaboración Propia, 2020</p>
Línea de Acción 1	Información de su localización, horarios de atención y slogan.	Sellar cada arte gráfico (material digital) emitido por el Centro de Salud Apumalla.	El arte gráfico tiene colores azul y blanco para diferenciarse de la imagen superior. La misma es ubicada en la parte inferior.	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp	<p>IMAGEN DIRECCIÓN Y HORARIOS</p>  <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>



ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 1	Identidad de la institución de acuerdo a su misión y visión.	Informar a los usuarios respecto a la identidad (misión, visión, objetivos) del Centro de Salud Apumalla.	Artes gráficos en formato JPEG y TIFF tamaño (940x788 px) con el color celeste predominante porque es institucional de las entidades relacionadas (Organización Mundial de la Salud, Ministerio de Salud y Deportes, hospitales).	Medios Digitales: <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • WhatsApp 	 <p>Misión</p> <p><i>Es un establecimiento de salud de primer nivel de atención que brinda servicio médico integral con calidad y calidez a menores de cinco años, mujeres embarazadas, en estado fértil, adulto mayor y población en general.</i></p> <p>Visión</p> <p><i>El Centro de Salud Apumalla es un centro modelo de atención integral con atención médica desarrollando actividades con mayor complejidad, competitividad, modernización, liderazgo para la total satisfacción del usuario en estos tiempos en que se requiere mejorar la atención en salud.</i></p> <p>Dirección: Calle Peñas, plaza Huallparimachi Z. Villa Victoria. Atención: De lunes a viernes de 8:00 a 20:00 horas. Fin de semana y feriados no hay atención. Primeros salud, primero tu Centro</p> <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>


ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 2	Elaboración de dos videos spots animados. 1.- Servicios médicos y de salud. 2.- Requisitos para la atención.	Elaborar dos videos animados institucionales para informar sobre los servicios, requisitos y pasos para la atención en el Centro de Salud Apumalla a las y los vecinos de la Zona de Villa Victoria.	Spot 1 duración 01':20'' (minutos) Spot 2 duración 01':00'' (minutos) Tamaño y dimensiones: 854x480 calidad para redes sociales. 1920 x1080 calidad Full HD para medios de televisión. Proceso de producción Ilustraciones en Adobe Ilustrador. Animación de las ilustraciones Adobe After Effects. Edición, musicalización y voces en Off Adobe Premier y Adobe Encoder.	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp Televisión interna	SPOT 1 SERVICIOS (Ver Guión)  Fuente: Elaboración propia, 2020 SPOT 2 REQUISITOS (Ver Guión)  Fuente: Elaboración propia, 2020

ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 2	Información específica de los servicios de salud. Información específica sobre los requisitos necesarios para adquirir una cita médica.	Informar de forma detallada los servicios y requisitos que brinda y solicita el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria.	Artes gráficos en formato JPEG y TIFF tamaño (940x788 px) con el color celeste predominante porque es institucional de las entidades relacionadas (Organización Mundial de la Salud, Ministerio de Salud y Deportes, hospitales).	Medios Digitales: <ul style="list-style-type: none">• Facebook• WhatsApp Afiche Tamaño: 40x60cm Material: Papel couché mate de 170 gr. Impresión: Full color anverso. Acabado: Barniz UV mate. Roller Institucional 2,0 m. (alto) x 1,0 m (base) Material: lona PVC (antihongos y protección UV). Impresión: anverso full color Acabado: con base de aluminio, varillas de aluminio para expansión.	 <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p> <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>

ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 2	<p>Información específica de los seis pasos que debe realizar el usuario o paciente para recibir una atención médica.</p> <p>Información específica de los requisitos que debe cumplir el paciente para la entrega de muestras y el horario.</p>	<p>Informar de forma detallada sobre los pasos para recibir atención médica y examen en laboratorio clínico del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria.</p>	<p>Artes gráficos en formato JPEG y GIF tamaño (940x788 px).</p> <p>El color de letras de color negro para mayor visualización y fácil lectura.</p> <p>Son animados para evitar estereotipos (modelos) regionales de una población.</p>	<p>Medios Digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • WhatsApp 	 <p>PASOS PARA RECIBIR ATENCIÓN</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recabar ficha en informaciones (recaudaciones). 2. Tomar asiento en sala de espera. 3. Pasar a enfermería para toma de signos vitales (peso, talla, temperatura, presión arterial y frecuencia respiratoria). 4. Volver a sala de espera. 5. Pasar a consultorio médico para revisión. 6. Finalmente farmacia (si el caso lo requiere). <p>Dirección: Calle Peñas, plaza Huallparimachi Z. Villa Victoria. Atención: De lunes a viernes de 8:00 a 20:00 horas. Fin de semana y feriados no hay atención. Primero salud, primero tu Centro</p> <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>  <p>LABORATORIO CLÍNICO</p> <p>El paciente debe programar su examen</p> <p>La toma de muestra se realiza a las 8:00 am. Resultados son entregados de 12:30 a 13:00 horas</p> <p>Dirección: Calle Peñas, plaza Huallparimachi Z. Villa Victoria. Atención: De lunes a viernes de 8:00 a 20:00 horas. Fin de semana y feriados no hay atención. Primero salud, primero tu Centro</p> <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>

ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 2	Información del requerimiento para otorgar vacunas a niñas (os) menores de 5 años, niñas de 10 años, entre otros.	Informar sobre la vacunación gratuita otorgada a niñas (os) en el centro de salud de primer nivel.	Artes gráficos en formato JPEG y GIF tamaño (940x788 px). El color de letras de color negro para mayor visualización y fácil lectura. Son animados para evitar estereotipos (modelos) regionales de una población.	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp	 <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>
Línea de Acción 3	Primero, explicar ¿qué es el SUS? Y señalar cuales son los requisitos para la inscripción al seguro de salud.	Informar los requisitos para la inscripción al Sistema Único de Salud, con el fin de incrementar beneficiarios y el presupuesto del Centro de Salud Apumalla.		Afiche Tamaño: 40x60cm Material: Papel couché mate de 170 gr. Impresión: Full color anverso. Acabado: Barniz UV mate.	 <p>Fuente: Elaboración propia, 2020</p>

ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 3	Datos enmarcados en el Programa Bono Juana Azurduy liderizado por el Ministerio de Salud y Deportes.	Informar sobre los requisitos para beneficiarse del Bono Juana Azurduy y horarios de atención de acuerdo a lo establecido por el Ministerio de Salud y Deportes.	Artes gráficos en formato JPEG y GIF tamaño (940x788 px). El color de letras de color negro para mayor visualización y fácil lectura. Los gráficos son animados para evitar estereotipos (modelos) regionales de una población. Se mezcla con el color rosado por tratarse de un tema principalmente femenino.	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp	 <p style="text-align: right;">Fuente: Elaboración propia, 2020</p>  <p style="text-align: right;">Fuente: Elaboración propia, 2020</p>

ACTIVIDAD	CONTENIDO	OBJETIVO	DISEÑO	CANAL	MATERIAL
Línea de Acción 3	Primero, explicar ¿Qué es el Carmelo?, señalar cuales son los requisitos y advertencias en torno a la entrega del producto nutricional.	Informar sobre los datos generales del producto nutricional Carmelo destinado a las personas mayores de 60 años (jubilados o no) que pertenezca al Centro de Salud Apumalla de la Zona de Villa Victoria.	Arte gráfico en formato JPEG y GIF tamaño (940x788 px). El color de letras de color negro para mayor visualización y fácil lectura. Los gráficos son animados para evitar estereotipos (modelos) regionales de una población. Se distingue el producto a promocionarse.	Medios Digitales: • Facebook • WhatsApp	 <p>Cereal Carmelo</p> <p>Producto nutricional dotado una vez al mes al adulto mayor.</p> <p>Requisito: Recibo de la Renta Dignidad</p> <p>No es retroactivo, si la persona no recoge su cereal lo perderá.</p> <p>Dirección: Calle Peñas, plaza Huallparimachi Z. Villa Victoria.</p> <p>Atención: De lunes a viernes de 8:00 a 20:00 horas. Fin de semana y feriados no hay atención.</p> <p>Primero salud, primero tu Centro</p>

Fuente: Elaboración propia, 2020

LINEAS DE ACCIÓN	ARTES GRÁFICOS Y ANIMADOS	VIDEOS
1. Datos Generales	5 artes tomando en cuenta las piezas importantes para la creación de una página oficial de Facebook (foto de portada y perfil).	
2. Servicios de Atención	5 artes animados con el logo del Centro de Salud Apumalla y datos básicos de la institución.	Spot 1 duración 01´:20´´ (minutos)
3. Programas de Salud	4 artes animados con el logo del Centro de Salud Apumalla y datos básicos de la institución.	Spot 2 duración 01´:00´´ (minutos)

Guiones de Spots

Son dos spots que serán difundidos por redes sociales institucionales (Facebook, WhatsApp) del Centro de Salud Apumalla de la zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz. Además de emitirse en la pantalla que existe al interior del establecimiento de salud (sala de espera), con el fin de informar sobre los servicios médicos que brinda a la población.

Antecedentes

Al momento no existe material audiovisual dedicado exclusivamente a difundir el sistema y servicios del Centro de Salud Apumalla. La población todavía no diferencia entre centros de salud y hospitales por niveles de atención (1^{er}, 2do y 3^{er} nivel).

De acuerdo con la encuesta digital impulsada por el proyecto de grado la población solicita información a través de redes sociales.

Objetivos

- Informar sobre las características del Centro de Salud Apumalla y servicios que brinda a menores de cinco años, mujeres embarazadas, en estado fértil, adulto mayor y población en general.
- Explicar los procedimientos que deben seguir los pacientes para recibir atención en medicina general y su posterior derivación a un hospital.

Público meta

En primer lugar, la población femenina comprendida entre los 18 a los 37 años (casadas y solteras) que tienen casa propia o vivienda común en la zona de Villa de Victoria, sin seguro médico.

Adultos mayores porque de acuerdo al reporte mensual del Ministerio de Salud es el segundo grupo que accede con más frecuencia a los servicios médicos y al producto nutricional Carmelo. Y a la población masculina entre los 18 a 37 años (casados y solteros).

Tabla 23: Guión Video Informativo Nro.1

Servicios de Salud

OPERADOR	SONIDO	DETALLES
<p>AUDIO: Fondo musical instrumental</p> <p>AUDIO 1: Voz en off masculino.</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>¿Qué es un centro de salud?</p> <p>Es el establecimiento más cercano a tu domicilio.</p>	<p>Video animado.</p> <p>Dos brazos deslizan la pregunta en un cuadro de arriba a abajo</p> <p>Un centro de salud se construye y una persona ingresa.</p>
<p>AUDIO 1: Voz en off masculino</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>¿Cuáles son los servicios del Centro de Salud Apumalla?</p> <p>Medicina general, Atención médica gratuita bajo el Sistema Único de Salud, enfermería, planificación familiar, vacunas, farmacia, odontología y Laboratorio básico.</p>	<p>Dos brazos deslizan la pregunta en un cuadro de arriba abajo.</p> <p>Animación de cada servicio como referencia.</p>
<p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>Las pacientes pueden acceder al Bono Juana Azurduy para control del embarazo y del niño.</p> <p>La prueba del papanicolau, la Vacuna contra el Virus del Papiloma Humano dirigida a niñas de 10 años.</p>	<p>Mujer de pollera, una joven con bebe en brazos y una niña.</p>
<p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>Las personas de la tercera edad pueden recoger su cereal nutricional Carmelo una vez al mes.</p>	<p>Un hombre de cabello blanco con Carmelo.</p>
<p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>Y se aplica la Vacuna antirrábica a perros y gatos.</p>	<p>Un perro con su dueño.</p>
<p>AUDIO 1: Voz en off masculino</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>¿El centro de salud cuenta con especialidades?</p> <p>No, sólo los hospitales de segundo y tercer nivel poseen especialidades médicas.</p>	<p>Dos brazos deslizan la pregunta en un cuadro de arriba abajo.</p> <p>En letra la palabra “NO”, en animación mostrar hospitales de segundo y tercer nivel.</p>
<p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>Primero Salud, Primero Tu Centro</p>	<p>Cierre</p>

Tabla 24: Guión Video Informativo Nro.2

Requisitos y pasos para la atención

OPERADOR	SONIDO	DETALLES
<p>AUDIO: Fondo musical instrumental</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>El Centro de Salud Apumalla es un establecimiento que brinda atención en medicina general de lunes a viernes.</p>	<p>Animación de un centro de salud y un calendario con días de la semana.</p>
<p>AUDIO 1: Voz en off masculino</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>¿Cuáles son los requisitos para recibir atención?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar el carnet de identidad original y fotocopia. • Una factura de Luz. • Boleta de inscripción al SUS, en caso que no figure en el SUS proceder al pago en efectivo. • Los niños deben portar su carnet de vacunas. • Mujeres embarazadas su carnet prenatal. • Y mujeres en estado fértil su Carnet de Salud Sexual y Reproductiva (SSR). 	<p>La pregunta se introduce de derecha a izquierda.</p> <p>En un listado Animación de carnet de identidad, factura de luz, boleta SUS e imagen de billetes.</p> <p>Un niño con su carnet de vacunas.</p> <p>Mujer embarazada.</p> <p>Una joven.</p>
<p>AUDIO 1: Voz en off masculino</p> <p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>¿Cuáles son los pasos para recibir atención?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primero recabar una ficha en informaciones. • Pasar a sala de espera. • Ingresar a enfermería. • Consultorio médico. • Finalmente, a farmacia (si el caso así lo requiere). 	<p>Dos brazos deslizan la pregunta en un cuadro de arriba abajo.</p> <p>Trazar un camino con estos espacios: recaudaciones, sala de espera, enfermería, consultorio médico y farmacia.</p>
<p>AUDIO 2: Voz en off femenino</p>	<p>Primero Salud, Primero Tu Centro</p>	<p>Cierre</p>

6.8. Procedimientos para la difusión

Considerando lo expuesto anteriormente, se describirán los procedimientos o pasos a seguir para difundir la información del Centro de Salud Apumalla:

- **Fase 1:** Se elaborará, revisará y aprobará el material de información en base al mensaje central “Primero Salud, Primero tu Centro”.
- **Fase 2:** Se creará y personalizará una página de Facebook para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla.
- **Fase 3:** Se iniciará el trabajo de compartir la página oficial FAN PAGE con páginas vecinales para incrementar el número de alcance, de forma paralela se reproducirá la acción en grupos de WhatsApp, administrados por la junta de vecinos de la zona Villa Victoria, así hacer una cadena.
- **Fase 3:** Cada semana publicarán dos materiales en estos Facebook y WhatsApp para no saturar con información a los usuarios.
- **Fase 4:** Los internistas ampliarán el número de seguidores de la página de Facebook al interactuar con los vecinos casa por casa.
- **Fase 5:** Los videos serán reproducidos en la sala del centro de salud, y centros públicos (en su mayoría destinados para ingerir alimentos) de la zona Villa Victoria, previo acuerdo con la junta de vecinos y propietarios.
- **Fase 6:** Se exhibirán materiales impresos en los paneles informativos y rolers.

Tabla 25: Cronograma procedimientos para la difusión de información

ACTIVIDADES	SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PRIMERA FASE	X	X	X	X												
SEGUNDA FASE				X												
TERCERA FASE					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
CUARTA FASE						X	X	x			x	x				
QUINTA FASE									X	X	X	X	X	X	X	
SEXTA FASE									X	X	X	X	X	X	X	X

6.9. Presupuesto

Tabla 26: Presupuesto para la Aplicación de la Propuesta

ÍTEM	CANTIDAD	BOLIVIANOS
HONORARIOS – Contrato de dos comunicadores sociales Bs. 4.000 (Bajo contrato por servicio profesionalizado).	Cuatro meses	32.000
PROGRAMA DE EDICIÓN DE IMAGEN		
Adobe Ilustrador.	1 programa original.	1.400
Adobe After Effects.	1 programa original.	1.330
PROGRAMA DE EDICIÓN DE VIDEO		
Adobe Premier.	1 programa original.	1.050
Micrófono Alámbrico.	1 (unidad unitaria)	850
Pedestal para micrófono (61.59 x 54.15 cm - 2.18 metros).	1 (unidad unitaria)	650
Impresión en ploter de afiches calendario 60 x 40 centímetros.	Cantidad 300 Precio unitario Bs.8	2.400
Rolers 2x1 metro (Cantidad 2, precio unitario 700 bs.).	Cantidad 2, precio unitario Bs.700	1.400
TOTAL		41,080

Fuente: Elaboración propia en base a Recursos Humanos y Materiales, 2020

6.10. Justificación de la Propuesta

De acuerdo con los resultados de la encuesta de opinión realizada a vecinos de la Zona de Villa Victoria y entrevistas semi-estructuradas efectuadas al personal en salud del Centro de Salud Apumalla se pudo evidenciar que existen limitaciones en el acceso a la información al interior y exterior de la institución.

Esta entidad en salud no cuenta con un plan o estrategia en comunicación, tampoco con un profesional especializado en el área, generando un vacío entre el paciente y médico. Este aspecto afecta al centro de salud porque deja de contar con pacientes que pueden inscribirse al Sistema Único de Salud, que por Ley Nro. 1152 significa el incremento de presupuesto para la institución, establecido en el Programa Operativo Anual.

En cuanto al usuario, este también se ve perjudicado porque ante cualquier malestar o enfermedad acude como primera opción a la farmacia o medicina tradicional; buscando

soluciones a corto plazo, sin embargo, más adelante puede complicarse desarrollando diversas enfermedades silenciosas como el cáncer, diabetes, entre otras.

Por tanto, para el presente proyecto de grado se propuso un plan centrado en la información, apartando el tema de educación o cambio de actitudes, se busca que el público meta establecido entre los 18 a 37 años, seguido de las personas de 38 a 47 años conozcan los datos, requisitos y procedimientos de atención del Centro de Salud Apumalla.

La encuesta de opinión también demostró que este público dejó de lado los medios tradicionales como radio, periódico hasta la televisión. Los mismos priorizan medios digitales, entre otras razones porque está a su alcance, a través del uso del celular y la computadora.

En ese marco, se tomó en cuenta las plataformas más usadas por los encuestados el Facebook y WhatsApp, ambos servirán para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla.

Sin embargo, para completar esta tarea de producción de materiales comunicacionales, también se desarrollará material impreso y audio-visual para alimentar la comunicación interna y externa de la institución.

Para este fin, los mensajes elaborados, revisados y aprobados estarán sujetos a tres líneas de acción y metodología.

La propuesta se podrá aplicar en otras instituciones de salud que requieran una intervención comunicacional para simplificar el proceso de información entre médico y paciente.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a la investigación denominada “Plan informativo para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz, gestión 2020”, se establecen las siguientes conclusiones:

7.1. Conclusiones

- En relación a la pregunta principal de investigación, objetivo general, planteamiento de investigación, metodología referente teórico, presentación de resultados, análisis e interpretación se pudo consolidar la propuesta de un Plan Informativo para la difusión de servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla, a través de la elaboración de mensajes dirigido a vecinos de la Zona Villa Victoria del macrodistrito de Max Paredes de la ciudad de La Paz, en la gestión 2020, para prevención de enfermedades, con el slogan “Primero Salud, Primero tu Centro”.
- En base a los instrumentos de investigación elaborados y aplicados se dio cumplimiento a los objetivos específicos. Por medio de una entrevista semi-estructurada se consultó al personal en salud sobre servicios, atención e información que se difunde al interior y exterior del Centro de Salud Apumalla, también se concretó una encuesta para identificar y analizar la opinión de vecinos de la Zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz.
- Entre los principales hallazgos, se puede resaltar que el Centro de Salud no cuenta con un plan informativo, considerándose improvisado su sistema de información, ya que no responde a las necesidades de la población meta, según el análisis de la encuesta. También se resalta que en el caso de enfermarse, los vecinos de la zona Villa Victoria recurren a la automedicación o medicina tradicional, porque el 63% de los encuestados no cuenta con un seguro de salud, a pesar de existir el Sistema

Único de Salud (SUS), entre otros motivos por desconocer el procedimiento de inscripción.

- El presupuesto del Programa Operativo Anual (POA) también es un obstáculo para proceder a la difusión de servicios, porque no se tiene personal puesto a disposición para la tarea de comunicación social o relaciones humanas para ser un nexo entre el paciente y personal de salud.
- Asimismo, se dio cumplimiento a los siguientes objetivos específicos: Seleccionar los canales de comunicación adecuados para mejorar la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla. Determinar los mensajes del plan informativo para eso se estableció tres lineamientos de acción: Datos básicos y generales, servicios médicos, finalmente los pasos para recibir atención.
- Se elaboró una propuesta de plan informativo para el Centro de Salud Apumalla, seleccionando dos medios digitales como primera plataforma de información, entre ellos, Facebook, WhatsApp. También se determinó el uso de material audio-visual para la comunicación interna, es decir, la reproducción de videos informativos en el televisor de la institución, de forma paralela, el uso de material impreso afiches y roles en cuatro paneles, sala e ingreso a la institución. En el área de comunicación externa los videos serán reproducidos en lugares públicos (peluquería, restaurantes, heladerías, etc.), previo acuerdo con la junta de vecinos de Villa Victoria.
- En cuanto a los mensajes, los mismos se basan en datos generales de la institución (horarios, días de atención, localización), seguido de la clasificación y explicación de cada uno de los servicios de salud: medicina general, odontología, farmacia, vacunas, laboratorio básico, enfermería, Sistema Único de Salud, planificación familiar y programas como Bono Juana Azurduy, Carmelo, zoonosis, Papanicolaou y finalmente los procedimientos y requisitos que debe seguir un paciente para acceder a la atención.

- En conclusión, un plan informativo para la difusión de servicios es fundamental para la institución. Propuesta que debe responder a la realidad de la población beneficiaria, previo conocimiento de sus necesidades y requerimientos en el área de salud.

7.2. Recomendaciones

Para finalizar la presente investigación, se exponen las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere que los instrumentos para la recopilación de información sean contextualizados, porque cada realidad es distinta de acuerdo a sus características sociodemográficas. En este caso, se utilizaron la encuesta de opinión digital y las entrevistas semi-estructuradas, porque el año 2020 se registró una pandemia por COVID-19, evitando la aglomeración de las personas por temor al contagio de la enfermedad.
- Es fundamental para una investigación contar con información imparcial, en este caso el servidor y usuario (personal de salud – pacientes), con el fin de verificar y validar datos que involucren a un determinado público.
- Se recomienda, seleccionar los medios de comunicación de acuerdo a la accesibilidad y requerimiento del público meta. En la presente investigación se pudo evidenciar que medios tradicionales como radio y periódico fueron desplazados por medios digitales, por tanto, el contenido debe ser atractivo, ágil, de fácil entendimiento y sobretodo actual.
- Para obtener un resultado más fidedigno en las investigaciones, se debe coordinar con el personal involucrado, la directiva del centro de salud y el responsable de la Red de Salud, porque estos profesionales guiarán, revisarán y aprobarán el contenido de los productos comunicacionales. Al tratarse de un tema técnico en

medicina, el comunicador debe buscar las palabras adecuadas para brindar la información.

- Se aconseja ampliar conocimientos en el área de marketing digital, con el fin de conocer las funciones de un Community Manager, profesional responsable de construir y administrar la comunidad online; además de gestionar la identidad e imagen de marca, manteniendo relaciones estables con sus clientes.
- En cuanto a la línea gráfica, se sugiere utilizar colores y vectores (diseños) establecidos por instancias en salud como la Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de Salud, el Ministerio de Salud y Deportes, los Servicios Departamentales en Salud porque estas entidades supervisan el producto que se brinda al usuario, ya que están regidos por normativa.
- Para encarar una campaña, plan o estrategia comunicacional se deben buscar aliados en especial externos a la institución, así generar una movilización social para que el mensaje llegue a más personas y diferentes públicos (niños, jóvenes, adultos, tercera edad).
- Una vez puesta en marcha la propuesta, la misma debe tener un seguimiento continuo, porque la sociedad es dinámica y la comunicación institucional debe responder a esta característica, que tiene como finalidad la participación de la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía Mayor de Bogotá. (2004). *Definición de Plan de Contingencia: Qué es, Significado y Concepto*. Secretaria Distrital de Ambiente. Bogotá. Colombia. Disponible en: <http://definicion.de/plan-de-contingencia/#ixzz4KTDAAdPyP>
- Arriagada, I.; Aranda, V. & Miranda, F. (2005). *Políticas y Programas de Salud en América Latina. Problemas y Propuestas*. Naciones Unidas. Comisión Económica para América Latina y el Caribe. División de Desarrollo Social. Serie Políticas Sociales. N°114. Santiago de Chile. Chile.
- Beltrán, L. (2010). *Comunicación para la Salud del Pueblo: Una Revisión de Conceptos Básicos*. Rev. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Vol. XVI. Núm. 31. Pp. 17-65. Universidad de Colima. Colima. México. Disponible: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31613952002>
- Cordero, C.; Alurralde, A.; Flores, G.; Suárez, V. y, Urioste, D. (2019). *Agenda ODS para el Municipio de La Paz*. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Secretaría Municipal de Planificación para el Desarrollo. La Paz. Bolivia: Industria Gráfica SmartPrint S.R.L.
- Cordero, C.; Urioste, D., & Apaza, P. (2013). *La salud en el Municipio de La Paz*. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo. Dirección de Investigación e Información Municipal. La Paz. Bolivia: SPC Impresores S. A.
- Cordero, C.; Urioste, D.; Alurralde, A.; Tellez, L., & Baldviezo, A. (2018). *Macro Distrito Max Paredes Distritos 7-8-9-10*. Cartillas Macrodistributales. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Oficialía Mayor de Planificación para el Desarrollo. Dirección de Investigación e Información Municipal. Graficantes M. D. La Paz. Bolivia. Disponible en: <http://sitservicios.lapaz.bo/cartillas/creditos.html>
- Cortés, M. & Iglesias, M. (2004). *Generalidades Sobre Metodología de la Investigación*. Colección Material Didáctico 10. Universidad Autónoma del Carmen. Ciudad del Carmen. Campeche. México.
- Cruz, E. (2014). *Guía Metodológica, Técnica y Científica para la Elaboración de Tesis y Proyecto de Grado*. La Paz. Bolivia.
- Del Valle, C. (2003). *Comunicar la Salud: Entre la Equidad y la Diferencia*. Temuco. Chile: Ediciones de la Universidad de la Frontera.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (20 de febrero de 2019). *Ley N°1152*. La Paz. Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.
- Estado Plurinacional de Bolivia. (9 de febrero de 2009). *Nueva Constitución Política del Estado*. Congreso Nacional. La Paz. Bolivia: Gaceta Oficial de Bolivia.

- Gallardo, E. (2017). *Manual de Investigación*. Primera Edición. Universidad Continental. Huancayo. Perú. Disponible: <http://repositorio.continental.edu.pe/>
- Garzón, M., & Ibarra, A. (2013). *Innovación Empresarial, Difusión, Definiciones y Tipología: Una Revisión de Literatura*. Revista Dimensión Empresarial. Vol. 11. Núm. 1. Pp. 45-60. Bogotá. Colombia.
- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (2007). *Jayma: El Plan de la Ciudad*. Diagnóstico Municipal. Plan de Desarrollo Municipal 2007-2011. Dirección de Planificación y Control. Unidad de Planificación Participativa. La Paz. Bolivia.
- Gonzales, G. (2019). *Comunicación en Salud; Conceptos y Herramientas*. Cuaderno de Trabajo. Universidad Nacional de General Sarmiento. Argentina: Ediciones UNGS.
- Google Maps. (2020). *Localización del Centro de Salud Apumalla, Villa Victoria*. Disponible en: [https://www.google.com/search?tbs=lf:1,lf_ui:2&tbm=lcl&q=centro+de+salud+apumalla,+zona+villa+victoria&rflfq=1&num=10&ved=2ahUKEwjUtoOUraTtAhWnE7kGHXUABa0QtgN6BAgFEAc#rflq=1&si:,-16.492424549171503,-68.15004431376897;mv:\[\[-16.491246635705895,-68.1479951060816\],\[-16.494044811438506,-68.15260850558721\],null,\[-16.49264572862973,-68.1503018058344\],18\]](https://www.google.com/search?tbs=lf:1,lf_ui:2&tbm=lcl&q=centro+de+salud+apumalla,+zona+villa+victoria&rflfq=1&num=10&ved=2ahUKEwjUtoOUraTtAhWnE7kGHXUABa0QtgN6BAgFEAc#rflq=1&si:,-16.492424549171503,-68.15004431376897;mv:[[-16.491246635705895,-68.1479951060816],[-16.494044811438506,-68.15260850558721],null,[-16.49264572862973,-68.1503018058344],18])
- Gutiérrez, D.; Castiblanco, C. & Caro, P. (2015). *Orientaciones para el Desarrollo de la Información en Salud en el Marco del Plan de Salud Pública de Intervenciones Colectivas–PIC*. Ministerio de Salud de Colombia. Grupo de Gestión para la Promoción de la Salud y la Prevención de la Enfermedad. Dirección de Promoción y Prevención. Bogotá. Colombia. Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/ENT/orientaciones-informacion-pic.pdf>
- Hernández, R.; Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. México: McGraw-Hill Companies, Inc.
- León, L.; Salas, S.; Salazar, S. & Cruz, J. (2015). *Manual para el Diseño Participativo de Estrategias de Comunicación*. Centro de Comunicación Voces Nuestras. Costa Rica.
- López, O. & López, S. (2005). *Retos para la Difusión, Comunicación y Posicionamiento de los Determinantes Sociales de la Salud*. Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México.
- Ministerio de Salud. (2013). *Norma Nacional de Características de Establecimientos de Salud de Primer Nivel*. La Paz. Bolivia.
- Ministerio de Salud. (2019). *Guía Técnica para la Atención Integral del Sistema Único de Salud del Estado Plurinacional de Bolivia*. Seguro Único de Salud. La Paz. Bolivia. Disponible en: <https://www.minsalud.gob.bo/programas-de-salud/sistema-unico-de-salud>

- Nieto, A. (1989). *Difusión Informativa*. Universidad de Navarra. Revista Comunicación y Sociedad. Vol. II. Núm. 1. Pp 51-68. Madrid. España.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de Comunicación: Guía para Gestionar el Conocimiento, la Información y las Relaciones Humanas en Empresas y Organizaciones*. Segunda Edición. Madrid. España: Dykinson.
- Organización Panamericana de la Salud. (1994). *Por una Política de Comunicación para la Promoción de la Salud en América Latina*. Quito. Ecuador: Imprenta Efecto Gráfico.
- Organización Panamericana de la Salud. (2017). *Salud en las Américas*. Resumen: Panorama Regional y Perfiles de País. Washington D. C. Disponible en: www.paho.org
- Pérez, C. (2005). *Estudio de las Fuentes de Información en el Marco del Periodismo Especializado: Estrategias de Selección y Tratamiento de las Fuentes en las Secciones Periodísticas de El Mundo y El País*. Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla. Sevilla. España.
- Prado, P. & Mariaca, M. (2015). *Estrategia de Comunicación, Una Propuesta para la Difusión del Servicio Gratuito Legal Laboral que Ofrece el Centro de Promoción de la Mujer Gregoria Apaza*. Trabajo Dirigido. Universidad Mayor de San Andrés- Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación Social. La Paz. Bolivia.
- Rodríguez, S.; Cabrera, L., & Calero, E. (2018). *La Comunicación Social en Salud para la Prevención de Enfermedades en la Comunidad*. Centro de Desarrollo de las Ciencias Sociales y Humanísticas en Salud. Rev. Humanidades Médicas. Vol. 18. Núm. 2. Pp. 385-404. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%DS1727-81202018000200384%26lng%3Des%26nrm%3Diso%26tng%3Des&ved
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. Primera Edición. México: Red Tercer Milenio.
- Servicio Departamental de Salud. (2019). *Estructura de Establecimientos de Salud e Isócronas*. Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. Unidad del SDIS (Sistema Departamental de Información en Salud). La Paz. Bolivia.
- Ticona, J. (2017). *Comunicación y Salud: Actividades Comunicacionales para el Programa "La UMSA Contra el Cáncer"*. Trabajo Dirigido. Universidad Mayor de San Andrés. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera Ciencias de la Comunicación. La Paz. Bolivia.
- Tillería, Y. (2016). *Programa de Formación de Líderes Comunitarios en Promoción Social, Salud y Seguridad Social*. Capítulo Comunicación y Salud. Universidad Andina Simón Bolívar. Ecuador. Disponible en: <https://docplayer.es/13803084-Universidad-andina-simon-bolivar-programa-de-formacion-de-lideres-comunitarios-en-promocion-social-salud-y-seguridad-social.html>

Torrez, V. & Chaves, R. (2008). *La Comunicación en los Programas de Promoción y Prevención de la Salud en Bogotá: Secretaría Distrital de Salud, EPS y Medios de Comunicación*. Trabajo de Grado para Optar por el Título de Comunicador Social. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación y Lenguaje. Comunicación. Bogotá. Colombia.

Torrico, E. (2010). *Comunicación: De las Matrices a los Enfoques*. Primera Edición. INTIYAN Ediciones. CIESPAL 58. Quito. Ecuador: Editorial QUIPUS.

Vítolo, F. (2013). *Las Instituciones de Salud y los Medios de Comunicación*. Biblioteca Virtual NOBLE. Disponible en:
http://www.nobleseguros.com/ARTICULOS_NOBLE/81.pdf

ANEXOS

Encuesta de Opinión

La presente encuesta tiene por objetivo conocer su opinión referente a la facilidad de información sobre los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona de Villa Victoria – La Paz.

Gracias por su colaboración.

Marque con una "X" la opción con la que se identifique:

A. DATOS PERSONALES

Rango de Edad: 18 A 27 AÑOS () 28 A 37 AÑOS () 38 A 47 AÑOS () 48 A 57 AÑOS ()
55 AÑOS O MÁS ()

Sexo: MASCULINO () FEMENINO ()

Estado Civil: CASADO/A () SOLTERO/A () VIUDO/A () DIVORCIADO/A ()
CONCUBINO/A ()

Vivienda: PROPIA () ANTICRÉTICO () ALQUILER () FAMILIAR COMÚN ()

Medios de comunicación que usa para informarse en la semana:

TELEVISIÓN () RADIO () INTERNET – MEDIOS DIGITALES () PERIÓDICO ()
OTROS:

Cuenta con Seguro de Salud: SI () NO ()

B. ESTUDIO DE OPINIÓN.

1. Cuándo usted se enferma acude a:

- a) Farmacia.
- b) Medicina tradicional (Remedios caseros).
- c) Centro de salud.
- d) Seguro Médico (Alguna Caja de Salud).
- e) Clínica o consultorio privado.
- f) Ninguno

2. Durante el último año ¿Usted asistió al Centro de Salud Apumalla para recibir atención médica?

- a) Si, una vez.
- b) Si, 2 a 5 veces.
- c) Si, más de 5 veces.
- d) No, asistí

3. ¿Conoce los servicios que presta el Centro de Salud Apumalla?

Si () No ()

4. En caso de responder SI, ¿Cuál o cuáles servicios de salud conoce?

5. Actualmente, ¿Cómo se informa sobre algún servicio del Centro de Salud Apumalla?

- a) Institución – personal de salud
- b) Comentarios de Vecinos o Familiares
- c) Medios tradicionales (Televisión, radio, periódico).
- d) Medios digitales (Facebook, WhatsApp, otros).
- e) Ninguno

6. ¿Sobre qué servicio le gustaría recibir información?

a) () Medicina general	f) () Dotación del Carmelo (Cereal para adulto mayor)
b) () Ginecología	g) () Planificación Familiar
c) () Pediatría - Vacunas	h) () Todos
d) () Odontología	i) () Otro
e) () Trámites administrativos	

7. ¿A través de qué medio de comunicación le gustaría recibir la información?

- a) Facebook
- b) WhatsApp
- c) Afiche - cartel
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Periódico
- g) Perifoneo (parlantes)
- h) Otro

8. ¿Cada cuánto tiempo le gustaría recibir información sobre los servicios del Centro de Salud Apumalla?

- a) Diario (cada día)
- b) Semanal
- c) Cada 15 días
- d) Mensual

9. Cuando recibe información en salud, usted prefiere que sea de forma:

- a) Escrita
- b) Audio
- c) Video – audio
- d) Oral (palabras)

10. Si usted estaría en el área de informaciones del Centro de Salud Apumalla ¿Cuál sería su pregunta, reclamo o sugerencia?

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre:
Edad:
Cargo:
Tiempo de trabajo en la institución:

B. SERVICIOS EN SALUD

1. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?

Especificar: _____

2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?

Especificar: _____

3. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?

Especificar: _____

4. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: _____

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?

Especificar: _____

6. **¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?**

Especificar: _____

7. **¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?**

Especificar: _____

8. **En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?**

Especificar _____

D. MENSAJES

9. **Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: _____

10. **En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?**

Especificar: _____

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

D. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Eva Herminia Chambi Silvestre
Edad: 43 años
Cargo: Auxiliar de enfermería
Tiempo de trabajo en la institución: Un año, seis meses

E. SERVICIOS EN SALUD

11. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?

Especificar: Odontología, medicina interna, laboratorio, farmacia, enfermería.

12. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?

Especificar: Entre los servicios más requeridos están medicina general y odontología. No tenemos especialidades, por ejemplo: si una persona viene por cardiólogo solo se le atiende en medicina general, primeros auxilios y después tiene que ser derivado al segundo nivel, lo mismo pasa con una fractura, solo le atendemos en primeros auxilios y después se lo deriva. En caso de partos lo propio.

13. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?

Especificar: En el caso de enfermería como ya estamos ingresando a una etapa normal sólo en la mañana atendemos de 30 a 40 pacientes, en tarde es otra cifra. Cuando era la pandemia atendíamos a 10 pacientes por emergencia.

14. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Sólo damos el Bono Juana Azurduy y Carmelo.

F. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

15. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?

Especificar: Eso no sabría decirle, sólo tenemos a los internos, como todavía son estudiantes están socializando a la comunidad y dan charlas para que vengan pacientes al centro de salud.

Los internos son estudiantes de medicina y enfermería, ellos llegaron hace dos semanas al centro de salud.

Son tres estudiantes en medicina general en la mañana, en la tarde son dos de odontología, después en enfermería, en total 10 internos. Ellos vienen cada tres meses, pero egresados de medicina no, a ellos es muy raro verlos, lo hicieron por la pandemia. Ellos se quedarán aquí mes y medio.

16. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?

Especificar: Se utilizan los trípticos y la junta de vecinos es quien socializa a la población. Los trípticos son fotocopiados por la directora.

El año pasado el personal de salud fue a colegios para vacunarlos y este año como no hay colegios sólo sacamos una carpa aquí en la plaza Huallparimachi con todos los carteles que tenemos.

17. ¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?

Especificar: Como personal sólo avisamos y pedimos material a la directora, ella provee.

18. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Es difícil acercarse a la población, algunos te riñen y como hay otros centros de salud, entonces ellos acaparan también al igual que las cajas de salud.

Nosotros tratamos de explicarles, pero no entienden, incluso yo trató de hablarles en aymara, algunas personas entienden, otros no.

D. MENSAJES

19. Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Tenemos que informar sobre el Carmelo, dar la dirección exacta del centro en croquis, explicarles sobre el SUS y sus beneficios.

20. En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?

Especificar: Los varones tienen más dudas, las mujeres preguntan sobre la vacuna contra el Virus del Papiloma humano VPH, hemos tenido también problemas con la vacuna de la influenza unos están de acuerdo, otros dicen que se enfermarán peor con la vacuna.

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Karen Nadia Rojas Cusi
Edad: 37 años
Cargo: Administradora
Tiempo de trabajo en la institución: Un Año

B. SERVICIOS EN SALUD

1. ¿Se tiene algún presupuesto o partida para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Hay una partida exclusiva para la promoción del centro, desde la compra del banners hasta para adquirir el material de propaganda en imprenta, eso nos otorga el municipio según el Programa Operativo Anual (POA).

2. ¿Cuánto es el presupuesto para la gestión 2020?

Especificar: Este año cambio el presupuesto a causa del Covid-19 porque se utilizó otra estrategia para el desembolso, han sumado lo gastado de enero a abril de la presente gestión e hicieron una proyección a diciembre, es decir, como un fondo de avance.

Por tanto, ahora nos desembolsarán de forma mensual de acuerdo a lo que hemos generado. Por ejemplo, en el caso de septiembre fueron 40.000 (cuarenta mil bolivianos).

El municipio se está basando en el presupuesto ejecutado el año 2019 (que en total fue alrededor de 480.000 bolivianos), haciendo una proyección a tres o cuatro meses.

3. ¿El presupuesto para la difusión de servicios del Centro de Salud Apumalla es estático?

Especificar: No es estático, cambia de acuerdo al número de atenciones efectuadas, por ejemplo: este año el presupuesto sería menor porque de 80 pacientes atendidos

en una semana bajamos a 10 por del Covid-19. Entonces el presupuesto se ve afectado.

4. ¿La implementación del Sistema Único de Salud fortalece o no al Centro de Salud Apumalla en su presupuesto?

Especificar: Por el momento, si le fortalece al centro de salud porque por la inscripción de una persona al SUS la Alcaldía de La Paz nos otorga un monto económico que incrementa el presupuesto y permite su desembolso.

El número de prestaciones (atenciones) puede variar por paciente, pero la Alcaldía no registra el número de atenciones, sino la cifra de inscritos al SUS.

Si esta cifra se eleva significa que hay más población, por tanto, la Ley 1152 “Hacia el Sistema Único de Salud” asigna más recursos al establecimiento para las atenciones, medicamentos y requerimientos básicos (material de escritorio y propaganda).

5. ¿El presupuesto de la gestión 2020 asignado a propaganda del centro de salud se ejecutó para este fin?

Especificar: Este año no, al principio teníamos 10.000 (cinco mil) bolivianos mensual asignado a propaganda o imprenta, pero sobrepasamos porque necesitábamos recetarios, formularios y recibos que cada año cambia; entonces lo reformulamos ante el coordinador de la Red de Salud y nos asignaron otra partida que no es tan primordial.

6. ¿Cuáles son las leyes que garantizan un presupuesto para el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Son dos leyes que nos garantizan contar con un desembolso: la Ley 1152 “Hacia el Sistema Único de Salud” y la Ley de Administración y Control Gubernamentales Safco 1178.

En la última nos dice que cada persona o funcionario que está trabajando en una institución pública tiene que hacerse responsable de lo que está bajo su cargo. En esas dos leyes nos basamos nosotros, por ejemplo: un médico pretende alcanzar a 20 niños vacunados, entonces si tiene un compromiso firmado, lo debe cumplir.

Otro ejemplo: el recaudador no puede cobrar una consulta (5 bolivianos) si la persona está inscrita en el SUS.

De lo que se proyectó, mínimo un funcionario debe alcanzar o cumplir el 95% de su estimado.

La alcaldía nos controla hasta el 0.01 centavo tenemos que rendir cuentas, no podemos sobrepasarnos, ni hacer faltar.

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: María Cristina Ticona
Edad: 50 años
Cargo: Médico de planta
Tiempo de trabajo en la institución: Un año

B. SERVICIOS EN SALUD

- 1. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?**

Especificar: Atención integral al niño menor de cinco años, mujeres embarazadas, adultos mayores de 60 años y a toda la población en general.

- 2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?**

Especificar: Los más requeridos son medicina general y laboratorio, pero todos en conjunto trabajamos.

- 3. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?**

Especificar: Mucho depende, hay días que atendemos a 18 pacientes en la jornada, es decir, casi 90 personas por semana. Sin embargo, esta cifra descendió por temor a contagiarse ya no venían al centro.

- 4. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: Están el Bono Juana Azurduy y el SUS sirven para todas las edades tanto niños como adultos. Antes existía el Seguro Universal Materno-Infantil (SUMI), pero ahora el nuevo seguro cubre estos gastos médicos.

Para mí el SUS es mejor que la Caja porque cubre todo lo del primer nivel de atención (centro de salud).

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

- 5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?**

Especificar: Sólo damos información mediante charlas, banners, papelógrafos impresos, mismos que están pegados en los pasillos. Hay gente que lo lee también se da información personalmente al momento de llevar a cabo la atención.

Sería bueno que estos datos pasen de la puerta del centro de salud, pero con qué recursos porque la Alcaldía no cubre como debería los costos que eso representa.

Por ejemplo, nosotros cancelamos los daños que se ocasionan con esos equipos médicos.

Más bien los internos nos ayudan mucho, al dar información de forma oral casa por casa. Esto ayuda porque a si se disuelven dudas, pero hay algunas personas que demoran en comprender por más explicación se da.

- 6. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?**

Especificar: Las charlas y banners. Más bien los internos nos ayudan mucho, al dar información de forma oral casa por casa. Esto ayuda porque a si se disuelven dudas, pero hay algunas personas que demoran en comprender por más explicación se da.

- 7. ¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?**

Especificar: _____

- 8. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: El bajo presupuesto designado al funcionamiento efectivo de los centros de salud.

D. MENSAJES

9. Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Dar orientación sobre la inscripción al SUS, pasos a seguir y explicarle sobre las patologías (enfermedades) que cubre este seguro.

Como profesional tratamos de explicarle de forma fácil por ejemplo: les recomendamos que recojan su paquete de Carmelo cada mes.

Antes se entregaba el Nutribebé, pero ahora ya no se da este beneficio, mismo que ayudo a muchos niños con desnutrición, en el marco de alimentación saludable.

10. En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?

Especificar: Vienen mucho más las mujeres, pero ambos siempre preguntan mayormente por las vacunas.

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Dra. Elizabeth Geronimo Choque
Edad: 45 años
Cargo: Directora Responsable del Centro de Salud Apumalla
Tiempo de trabajo en la institución: 7 años

B. SERVICIOS EN SALUD

- 1. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?**

Especificar: Los servicios que brindamos en el centro es la atención de medicina general, odontología, enfermería (que engloba varios programas como tuberculosis, vacunación, zoonosis, atención con inyectables, curaciones, etc.) y laboratorio como exámenes básicos de control en orina, examen sanguíneo.

- 2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?**

Especificar: Los servicios que más requiere la población es la atención de medicina general y la atención de niños con vacunas. El que menos requiere es la atención en odontología.

- 3. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?**

Especificar: Actualmente por médico estamos atendiendo entre 50 pacientes por semana, pero ahora que estamos entrando a la normalidad (post pandemia) por semana se atenderá a 80 pacientes.

Por el tema de la pandemia las atenciones fueron un poco irregulares priorizando emergencias y consulta gradual.

- 4. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: Los programas gubernamentales están enmarcadas en las políticas de salud por ejemplo por la emergencia que se ha tenido que implementar la detección de casos de Covid-19, pero habitualmente tenemos el Bono Juana Azurduy, desnutrición cero (que es la dotación de micronutrientes, Carmelo para el adulto mayor), la atención materno infantil y salud oral con odontología.

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?

Especificar: Prácticamente nosotros no contamos con un plan de comunicación directo, pero si nos apoyamos a la coordinación de la presidenta de la junta de vecinos de Villa Victoria (Sra. Lily Margot) a ella le mandamos fechas de atención para las campañas, todo vía ella pasa la información.

Por ejemplo: la campaña de vacunación canina, nosotros pasamos la información a la presidenta de la junta de vecinos, campaña que se realizará por fases: primero se efectúa el bloqueo en toda nuestra jurisdicción, después se hará un recorrido casa por casa y finalmente, se realizará la vacunación en la plaza Huallparimachi de la zona de Villa Victoria.

6. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?

Especificar: Cuando hay campañas como centro de salud sacamos un monitor, es decir, un parlante donde se anuncian las campañas que están habiendo, esto en la puerta de la institución.

7. ¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?

Especificar: Prácticamente los presupuestos están dados por el municipio de La Paz, ellos nos autorizan ciertas partidas para las campañas; entonces nosotros colocamos en el Plan Operativo Anual (POA) actividades consecutivas por fechas. Esto se da cada cuatro a seis meses para efectivizar el desembolso de la ley del Sistema Único de Salud (SUS).

Hay campañas que son encomendadas por el Gobierno Autónomo Departamental de La Paz entonces vía esta entidad nosotros realizamos las campañas. Ellos nos dan los insumos (vacunas, jeringas). Montos económicos específicos no te puedo presentar en este instante, pero si se produjo un incremento por la ley del SUS, a comparación del año pasado (2019) el presupuesto se incrementó en un 20% de forma general, designado para las atenciones como para campañas.

Todo cobro que realiza el centro de salud se deposita al municipio y esta entidad vuelve a enviar al centro de salud, pero con partidas direccionadas.

8. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?

Especificar: La limitación que existe es la parte económica, esto nos imposibilita de realizar afiches, carteles, etc. No podemos difundir por falta de dinero. Se hace el mayor esfuerzo, pero no es el total.

D. MENSAJES

9. Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Primero que nada debe conocer la dirección y saber si pertenece a este centro de salud para eso tiene que ser vecino de la zona.

Segundo debe estar adscrito (inscrito) al SUS y finalmente los horarios de atención, que a partir de la fecha será de 8:00 am a 14:00 horas y de 14:00 a 20:00 horas.

El usuario debería saber sobre los servicios que existe en el centro de salud (medicina general, odontología, enfermería, laboratorio y que no hay especialidades médicas).

10. En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?

Especificar: Los pacientes varones son los que tiene más dudas, por ejemplo: si ¿a ellos les cubre el SUS o no? especialmente en adultos mayores, incluso mujeres no sabían que se podían atender de forma gratuita.

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Tatiana Mendoza Alcón
Edad: 27 años
Cargo: Interna de medicina
Tiempo de trabajo en la institución: Un mes

B. SERVICIOS EN SALUD

- 1. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?**

Especificar: Medicina general, odontología, estudios de laboratorio y se puede entregar el Bono Juana Azurduy hay personas designadas para eso, en el caso de enfermería igual.

- 2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?**

Especificar: Lo que más buscan los pacientes es medicina general y lo que menos buscan es odontología, pero lo veo casi igual. Buscan estos servicios porque no tenemos especialidades.

- 3. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?**

Especificar: En promedio acuden 80 pacientes semana, claro en turnos mañana y tarde. Como internistas nosotros ayudamos a los doctores, estamos designado por turnos. Un internista es el estudiante de último año y este es un requisito que nos piden para convertirnos en médicos generales.

- 4. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: Principalmente el Sistema Único de Salud SUS, después el Bono Juana Azurduy.

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

- 5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?**

Especificar: Bueno el centro de salud realiza campañas de vacunación. Como internistas nosotros informamos a la población con la palabra. Ya al ingresar al centro, una persona puede leer los carteles con mensajes para que prevenga enfermedades.

En el tiempo que permanecemos en el centro de salud, la doctora (directora) nos comunica temas específicos para que comuniquemos a las personas cuando vamos a visitarlos a sus casas con charlas.

- 6. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?**

Especificar: Lo principal son banners, después de forma personal sobre todo cuando estamos los internistas. Igual cuando se llevan a cabo consultas a través de recomendaciones que se les da a pacientes.

- 7. ¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?**

Especificar: Los recursos lo proporciona la alcaldía, nosotros (internistas) no utilizamos nuestro dinero.

- 8. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: Dentro y fuera del centro la mayor limitación es el Covid-19 porque ya no podemos dar charlas a gran número de personas, sino de forma individual y es un poco más moroso, toma más tiempo.

D. MENSAJES

- 9. Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: Lo principal es que la persona se asegure al SUS porque de ahí parte la atención, sino hace este procedimiento pues tendrá dificultades en cualquier centro de salud no sólo aquí.

El centro de salud no cuenta con especialidades, por tanto la persona será derribada a otro hospital de segundo nivel, entonces si necesita ser inscrito al SUS.

10. En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?

Especificar: Los que tienen más dudas son los varones de tercera edad porque ellos requieren más atención y bueno son los que más preguntan a los doctores.

Entre las preguntas recurrentes están como ingerir medicamentos, si son gratuitos o no, cada cuanto tengo que volver al centro de salud.

ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS
PROMOVIDA POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA
ZONA VILLA VICTORIA

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Virginia Quispe Flores
Edad: 31 años
Cargo: Recaudadora – Área de información
Tiempo de trabajo en la institución: Un año, diez meses

B. SERVICIOS EN SALUD

- 1. ¿Cuáles son los servicios que brinda el Centro de Salud Apumalla de la zona Villa Victoria de la ciudad de La Paz?**

Especificar: Control del niño sano, vacuna, control prenatal, planificación familiar, consulta externa, laboratorio, dental en la mañana y emergencia.

- 2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?**

Especificar: Las personas mayormente vienen por control de embarazo y del niño (vacunas), después en otras áreas ya no asisten tanto. Las madres vienen mayormente por el Bono Juana Azurduy porque si no ya no van a poder cobrar.

- 3. De acuerdo a registro médico ¿Cuántos pacientes acuden a usted por semana?**

Especificar: Por día vienen entre 18 a 20 personas mucho depende del mes porque en temporada de vacación educativa no vienen o fin de año tampoco.

- 4. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?**

Especificar: El único bono es el Bono Juana Azurduy y también se entrega el Carmelo. Por ejemplo en el caso del Carmelo, la persona adulto mayor tiene que cobrar su bono (Renta Dignidad) y con esa boleta viene al centro de salud para recoger su bolsa de Carmelo (producto nutricional).

Hay que resaltar que este producto no se da de forma retroactiva, alguna personas vienen después de 4 meses y quieren 4 bolsas de Carmelo eso no se puede dar, no es

retroactivo sólo se puede entregar una bolsa por mes; entonces la persona pierde el producto cuando no viene al centro de salud.

Para beneficiarse del Carmelo, la persona tiene que asistir al centro de salud donde se afilió al SUS es orden de la Alcaldía.

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?

Especificar: La verdad no existe un plan de información hacia los pacientes por ejemplo en el área de informaciones no tenemos un teléfono para consultas al centro de salud como tienen otros hospitales.

Tampoco se cuenta con una secretaria para que este pendiente de la recepción de llamadas.

6. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?

Especificar: Más que todo se utilizan los avisos que pegamos en la puerta es la única manera que se hace. Cada personal administrativo y de salud hace llegar su requerimiento a la directora y ella autoriza algún aviso o comunicado, porque debe ir con su sello.

7. ¿Cómo financia el Centro de Salud Apumalla la difusión de sus actividades o campañas de salud?

Especificar: Se financia con recursos de la Alcaldía, la administradora es la más entendida en el tema, nosotros sólo llenamos una hoja de pedido cuando requerimos material. Por ejemplo: el área de informaciones no cuenta con una impresora, solicitud que ya hicimos hace tiempo, pero la alcaldía no nos da recursos para ese tema por priorizar el Covid-19, eso nos dijeron.

Y hace un año pidieron en el POA; sin embargo, dicen que no nos pueden dar, hace poco tiempo nos dieron estas computadoras y ahora el registro es digital, pero antes todo era manual.

No hay donde reclamar y donde decir algo, entonces queda esperar.

Cuando una persona quiere atención necesita: una fotocopia de su carnet, incluso factura de luz y boleta de inscripción al SUS, porque los de la Caja no quieren hacerse cargo de los pacientes del SUS y nos advirtieron con procesarnos si atendemos a alguno de la Caja de forma gratuita.

Después se llenan los datos, se archivan en sobres y se le pasa con el médico. En el caso de requerir una atención especializada se lo deriva, por ejemplo si tiene una fractura y requiere un traumatólogo el médico general le da una boleta de transferencia para que acuda a un hospital de segundo o tercer nivel. Este procedimiento si o si se tiene que cumplir, sólo en caso de emergencia se puede obviar este paso.

Los pacientes que no están inscritos en el SUS tienen que cancelar la consulta, el cual es 5 bolivianos y para odontología es 6 bolivianos, pero el precio incrementa según lo que requiere la persona. Actualmente hay personas que no quieren el SUS dicen que es mentira, pero hay muchos que están aprovechando este seguro.

8. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Las personas no entienden los cambios que existen en los procedimientos administrativos, o bien en la televisión sale publicidad que a sola presentación del carnet ya recibirá medicamentos para Covid-19 y eso no es así, se necesitan requisitos y ellos tienen que presentar.

En la TV informa muy bonito, pero a la hora no es así, a nosotros nos piden requisitos que debemos presentar y la población se enoja con nosotros por pedirles.

D. MENSAJES

9. Como profesional en salud ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Primero se tiene que conocer horarios de atención, requisitos fotocopias de carnet de identidad, factura de luz, en el caso de los niños su carnet de vacuna.

10. En su experiencia ¿Quiénes tienen más dudas pacientes mujeres u hombres y cuáles son las preguntas más usuales?

Especificar: Los hombres son los que tienen más dudas porque cuando traen a sus hijos no traen las cosas como el carnet de vacuna o no saben su historial médico del niño (cuántas vacunas le pusieron, en qué fechas, etc.).

Tienen que tomar en cuenta que en salud nada es exacto, todo depende como se encuentra su hijo crecimiento, peso, talla.

Otra de las preguntas es cuando puedo venir, yo les oriento diciendo que lunes, miércoles y viernes son días llenos por inicio de semana, miércoles por el Bono Juana Azurduy y el viernes por terminar la semana, las mamás vienen en el último momento dicen “no quiero que mi hijo este enfermo sábado y domingo”, nosotros preguntamos porque no le ha traído antes y siempre dicen no tenía tiempo.

Los días martes y jueves son vacíos no vienen mucho, yo supongo que es por la feria de la 16 de Julio de El Alto, la mayoría se va ahí.

En la noche no atendemos tampoco en feriado.

ENTREVISTA SOBRE LA DIFUSIÓN DE SERVICIOS DEL CENTRO DE SALUD
APUMALLA ZONA VILLA VICTORIA A LA JUNTA DE VECINOS

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Lily Viviana Lima Martínez
Edad: 56 años
Cargo: Presidenta de la junta de vecinos de la Zona de Villa Victoria
Tiempo de trabajo en institución: 1 año y siete meses, de mayo 2019 a mayo 2021

B. *SERVICIOS EN SALUD*

1. *¿Cuál el trabajo de la junta de vecinos de Villa Victoria como intermediario entre el Centro de Salud Apumalla y familias de la zona?*

Especificar: La junta de vecinos de Villa Victoria cuenta con seis representantes, de los cuales, mi persona es la presidenta, el vicepresidente es Sergio Alfaro, un secretario General, Erick Idalgo, la secretaria de Transparencia, Eloida Valverde, la secretaria de Asuntos Económicos, Rosmery Calle.

La actividad principal de la junta de vecinos es representar las necesidades de la vecindad con diferentes instancias. Son actividades múltiples que desarrollamos en función a las necesidades de vecinos. Villa Victoria se fundó de acuerdo a resolución de Personería Jurídica el 15 de agosto de 1929.

En el caso principal del centro de salud, la labor de la junta de vecinos es difundir las actividades que ellos tengan, y de alguna manera socializando los proyectos que tienen. Mi responsabilidad es el doble porque también yo pertenezco al sistema de salud.

En realidad el año pasado fue sorpresivo en el tema de la pandemia porque se vio las múltiples deficiencias que tienen los centros de salud, no sólo Apumalla, sino también otros que fueron casas adaptadas para un centro.

2. *Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?*

Especificar: El principal servicio que cumple un centro de salud es la atención primaria, es decir, medicina familiar, atención odontológica, laboratorio, farmacia y también acuden por el seguro del SUS, lo cual he visto con mucha tristeza que no pueden inscribir al seguro por el tema del internet, es lamentable que en nuestro medio haya esas deficiencias, por esta poca accesibilidad al internet.

3. *¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?*

Especificar: Yo sé que hay diferentes programas, pero uno de los cuales he visto que el Centro Apumalla lleva con mucho ímpetu es la detección precoz del cáncer de cuello uterino, por lo cual he visto campañas de Papanicolaou gratis por ejemplo, también bastante trabajo en el tema de zoonosis, vi que estaban vacunando a las mascotas.

C. *DIFUSIÓN DE SERVICIOS*

4. *¿Para usted, cuáles son las debilidades y fortalezas del Centro de Salud Apumalla en el acceso de información?*

Especificar: Pienso que en cuanto a la información, el personal en salud esta capacitado como para dar una información porque cuentan con la preparación necesaria, los programas también son buenos, pero si faltaría un programa de difusión, entonces la debilidad es esa, la carencia de la capacidad de difundir estos programas y la información que tiene el plantel médico.

A partir de la pandemia y lo ocurrido en Octubre (2020) hay grupos de WhatsApp, sabemos que hoy por hoy las personas manejan mucho más el tema de celulares, me gustaría que haya una página de Facebook.

5. *Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios? ¿En qué consiste?*

Especificar: La difusión es pobre abría que implementar proyectos de difusión principalmente por internet, creo que eso está fallando.

6. *¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?*

Especificar: Sólo se utilizan los carteles, las comunicaciones que hacían internamente, ponen afiches en sus puertas, alguna vez vi banderolas.

Durante la pandemia la junta de vecinos incentivo los grupos de WhatsApp, donde Villa Victoria cuenta con dos grupos.

Lo que hacíamos con la directora del centro de salud, es que a mí me mandaba alguna información y yo los pasaba por los grupos de WhatsApp, esa fue una manera de difundir la información.

7. *¿La junta de vecinos de Villa Victoria recibió quejas de pacientes sobre el acceso de información o atención brindada por el Centro de Salud Apumalla?*

a) Si

b) No

Explicar: Si, la comunicación es muy débil, si bien el Centro de Salud Apumalla cuenta con buenos programas, no tiene buena difusión. Pero la mayor queja es el horario, se busca un centro de 24 horas.

En su mayoría se acercan a mi persona, para decirme que no brindan la debida atención, justo era por la falencia de médicos que estaban en cuarentena, porque son médicos de avanzada edad y corren un riesgo; entonces ellos estaban haciendo trabajo a domicilio.

Otra queja es la falencia de medicamentos, que también está pandemia a traído consigo eso, entonces muchas personas han venido a mi persona y me dicen que no hay medicamentos, eso por responsabilidad del municipio.

8. *En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?*

Especificar: Yo veo que los doctores están elaborando sus cartillas, sus afiches, pero el obstáculo es darlos a conocer.

D. *MENSAJES*

9. *¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?*

Especificar: Se debe priorizar el tema de la educación, el lavado de manos, el aislamiento, no estar en grupo, todo eso es bien importante, hoy en día se ve que nuestros vecinos dejaron de lado eso y no es así.

Entonces hay que entrar en tema de educación y concientización al vecindario.

El mensaje principal tiene que ser: que la vida vale la pena y el cuidarnos nos ayuda a preservar la vida de nosotros y nuestros seres queridos, no estamos libres de esta pandemia, van a venir otras olas más, según se dice y hay que tomar conciencia de eso.

ENTREVISTA SOBRE LA DIFUSIÓN DE SERVICIOS DEL CENTRO DE SALUD
APUMALLA ZONA VILLA VICTORIA A LA JUNTA DE VECINOS

A. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Nombre: Sergio Alfaro
Edad: 48 años.
Cargo: Vicepresidente de la Junta de Vecinos.
Tiempo de trabajo en la institución: Un año, siete meses.

B. SERVICIOS EN SALUD

- 1. ¿Cuál el trabajo de la junta de vecinos de Villa Victoria como intermediario entre el Centro de Salud Apumalla y familias de la zona?**

Especificar: La junta de vecinos en realidad planifica y organiza al vecindario, está compuesto por seis personas, de cuales tres son regulares y siempre están presentes. Es una actividad cívica, por tanto, la persona encargada dará mayor prioridad o no al centro de salud, depende de la formación del presidente (a) de la junta de vecinos.

La junta de vecinos se encarga de elaborar el presupuesto para la Zona Villa Victoria y esos recursos son utilizados para un bien común, como ejemplo ayudar con el pintado del centro de salud.

También se brinda apoyo con la información, hay vecinos que consultan y nosotros tratamos de orientarlos.

- 2. Mencione los servicios más y menos requeridos por los/las pacientes que asisten al Centro de Salud Apumalla. ¿Por qué buscan estos servicios médicos?**

Especificar: Los vecinos en su mayoría utilizan los servicios del centro de salud por emergencia de carácter general, es decir, medicina general. Pero no acuden mucho.

En su mayoría el personal de salud no es de confianza para algunas personas, para otros de escasos recursos es lo que utilizan. Las familias con recursos se van a clínicas privadas porque ahí hay especialidades médicas.

3. ¿Cuáles son los programas gubernamentales de salud (políticas de acción) que facilita el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Yo personalmente no conozco. Por ejemplo, lo del COVID-19 falta información, me entero por otros lados, pero nada del centro de salud.

En Villa Victoria no hay familias pudientes por eso aunque una vez fueron al Centro Apumalla, yo también fui varias veces, pero no conozco los programas.

C. DIFUSIÓN DE SERVICIOS

4. ¿Para usted, cuáles son las debilidades y fortalezas del Centro de Salud Apumalla en el acceso de información?

Especificar: En cuanto las debilidades, primero se deben tener especialistas, no sólo el Centro de Salud Apumalla, sino en cualquier empresa. Al no tener un buen profesional, en ese aspecto, pues no se llega a la población.

La Villa tiene 14 mil habitantes y muy poca es la gente informada, hasta de los mismos proyectos de la zona.

En cuanto a la fortaleza, el Centro de Salud Apumalla puede atender a cualquier tipo de personas socio-económicas.

5. Actualmente, ¿El Centro de Salud Apumalla cuenta con un plan de comunicación o información para la difusión de sus servicios?

Especificar: Pocos, aquí en Bolivia cuentan con un plan de comunicación, yo la verdad no vi. Mucho depende también del presupuesto y de la persona a cargo, porque ella o él es quien da los lineamientos.

Además hay otras prioridades, la comunicación no es prioridad.

6. ¿Qué medios de comunicación utiliza el Centro de Salud Apumalla para informar a vecinos de la zona de Villa Victoria?

Especificar: Eso no te podría contestar, porque no conozco.

7. ¿La junta de vecinos de Villa Victoria recibió quejas de pacientes sobre el acceso de información o atención brindada por el Centro de Salud Apumalla?

Explicar: Seguro que sí, pero todas las quejas llegan directo a la presidenta de la junta de vecinos. Una vez escuche a una vecina decir que tardaban mucho y que no eran muy prácticos.

8. En su experiencia ¿Cuáles son las limitaciones u obstáculos para la difusión de servicios dentro y fuera del Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Primero el aspecto económico, como te digo hay otras prioridades, la información no es importante, porque no hay plata para eso. Segundo se necesitan profesionales capacitados porque ellos dan soluciones y eso cuesta plata.

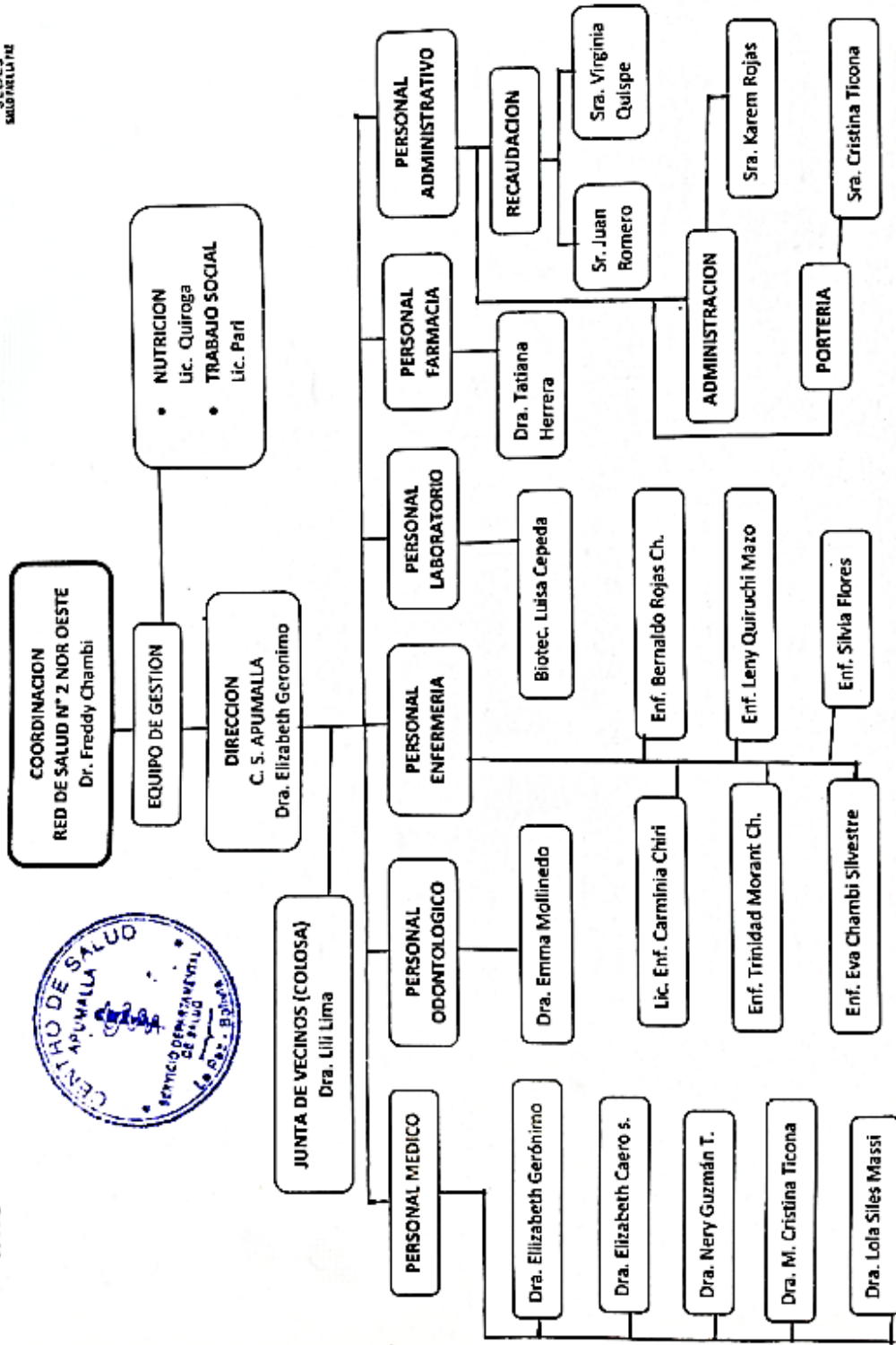
D. MENSAJES

9. ¿Cuáles los mensajes prioritarios que deben conocer los vecinos de Villa Victoria sobre la atención brindada en el Centro de Salud Apumalla?

Especificar: Lo primero es la educación masiva, sería bueno ver y escuchar píldoras educativas en lugares que correspondan colegios y mercados



ORGANIGRAMA
CENTRO DE SALUD APUMALLA



La Paz, 07 de octubre 2020

Señor:
Dr. Freddy Carlos Chambi Limachi
COORDINADOR DE LA RED DE SALUD N° 2 NOR OESTE
Presente.-

REF: SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO
DE GRADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL - UMSA

Mediante la presente reciba un cordial saludo, al mismo tiempo solicitarle a su persona que autorice al personal del Centro de Salud Apumalla perteneciente a la Red de Salud N° 2 Nor Oeste coadyuvar con el desarrollo del proyecto de grado denominado "Plan Informativo para la difusión de Servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz" como modalidad de graduación en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

Mi persona optó por esta modalidad de graduación, con el fin de desarrollar una investigación que unirá la teoría y práctica. Por tanto, se elaboró una entrevista semiestructurada dirigida al personal de salud del Centro de Salud Apumalla, una encuesta que será llenada por los vecinos mayores de 18 años de la zona de Villa Victoria y una entrevista semiestructurada para la junta de vecinos.

Sin otro particular, adjuntó tres copias de las entrevistas y encuesta a desarrollarse en el mes de octubre. Finalmente le reiteró mis saludos y distinguida consideración.

Atentamente:


NOELIA EUGENIO SILVA
CI. 6906315 LP

Ref: 73058668
Correo electrónico noelleusi@gmail.com

Recibido.
V+30

09-10-20

La Paz, 08 de octubre 2020

Señora:
Dra. Elizabeth Geronimo
COORDINADORA DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA - VILLA VICTORIA
Presente.-

REF: SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN Y APOYO EN EL DESARROLLO DEL
PROYECTO DE GRADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL - UMSA

Mediante la presente reciba un cordial saludo, al mismo tiempo solicitarle a su persona que autorice al personal del Centro de Salud Apumalla perteneciente a la Red de Salud N° 2 Nor Oeste coadyuvar con el desarrollo del proyecto de grado denominado "Plan Informativo para la difusión de Servicios del Centro de Salud Apumalla de la Zona de Villa Victoria de la ciudad de La Paz" como modalidad de graduación en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés.

Mi persona optó por esta modalidad de graduación, con el fin de desarrollar una investigación que unirá la teoría y práctica. Por tanto, se elaboró una entrevista semiestructurada dirigida al personal de salud del Centro de Salud Apumalla, una encuesta que será llenada por los vecinos mayores de 18 años de la zona de Villa Victoria y una entrevista semiestructurada para la junta de vecinos.

Sin otro particular, adjuntó tres copias de las entrevistas y encuesta a desarrollarse en el mes de octubre. Finalmente le reiteró mis saludos y distinguida consideración.

Atentamente:

NOELIA EUGENIO SILVA
CL 6906315 LP

Ref: 73058668
Correo electrónico noelieusi@gmail.com


Dra. Elizabeth Geronimo Chig.
MEDICO GENERAL
C.B. APUMALLA
Méd. Prof. C-933 CH. C-798
8-10-20.

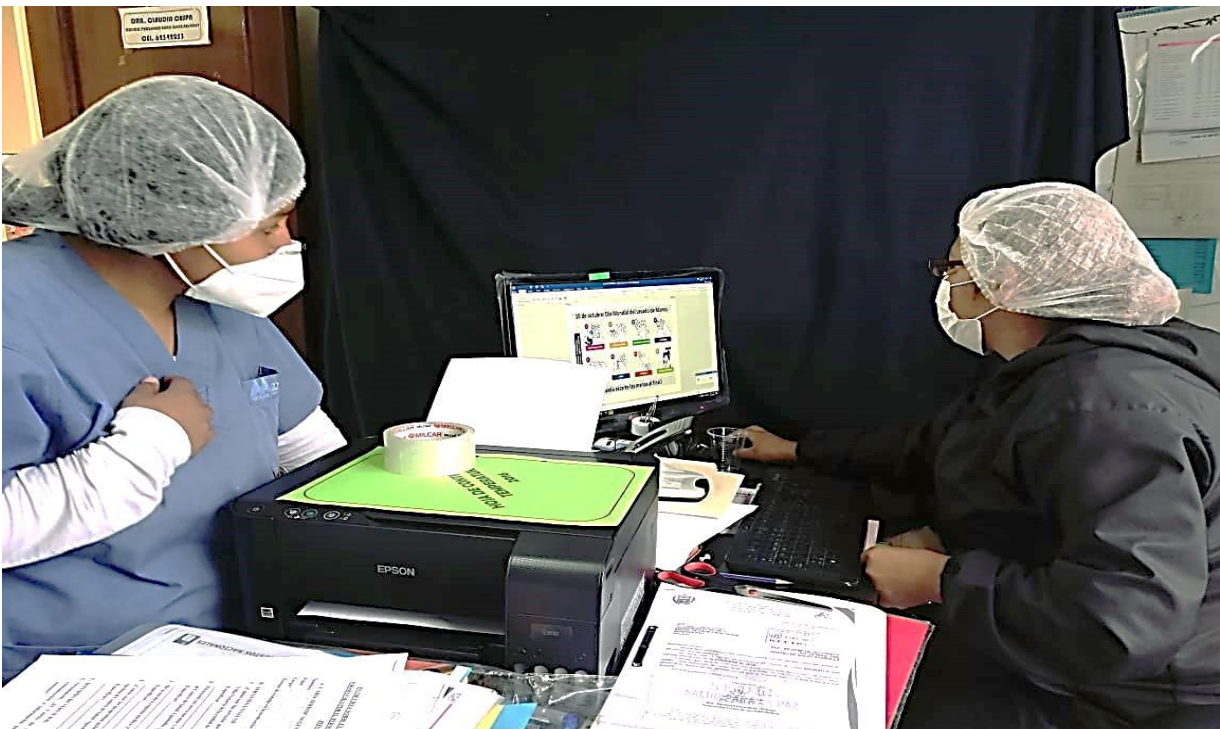
ENTREVISTA SOBRE EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE SERVICIOS PROMOVIDA
POR EL PERSONAL DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA ZONA VILLA
VICTORIA

NOMBRE	FIRMA/SELLO
Virginia Delfina Guispef	
Dra. Cristina Ticonca.	
Kenem Rojas Cossi	

CENTRO DE SALUD APUMALLA, ZONA VILLA VICTORIA



IMPRESIÓN DE MATERIAL EN SALUD



USO DEL TELEVISOR EN SALA DE ESPERA DEL CENTRO DE SALUD APUMALLA



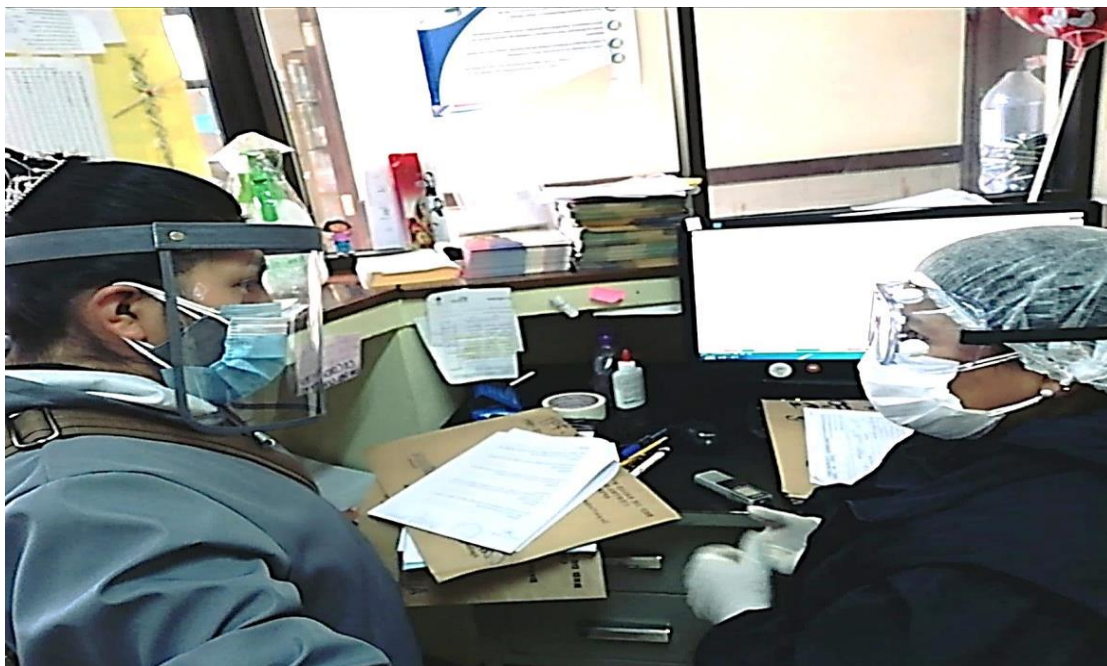
ESTADO ACTUAL DE LOS PANELES INFORMATIVOS



ENTREVISTA SEMI - ESTRUCTURADA A MÉDICO GENERAL



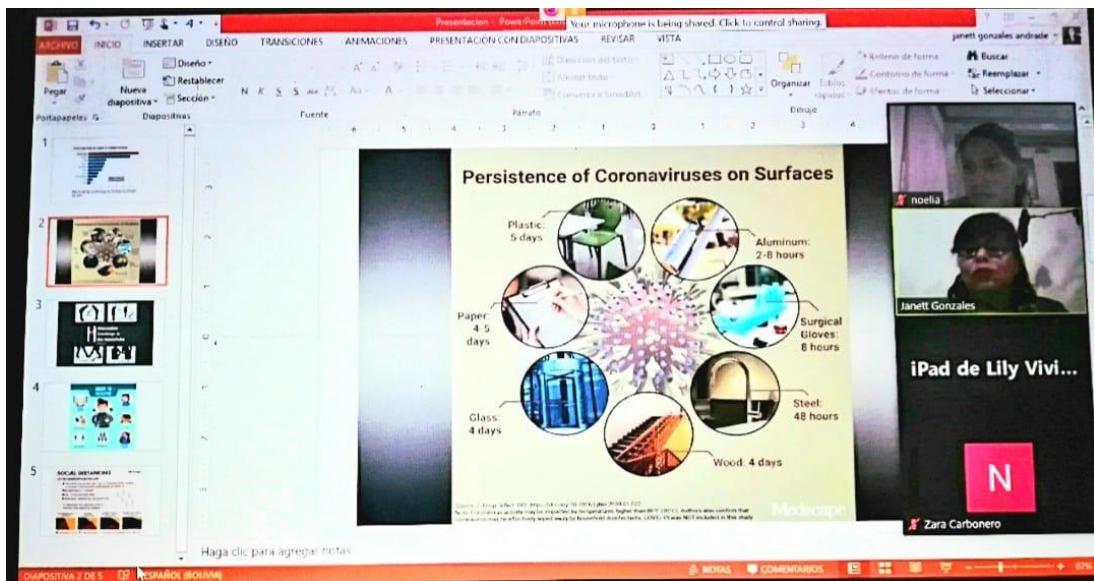
ENTREVISTA SEMI - ESTRUCTURADA A RECAUDADORA, ÁREA DE INFORMACIÓN



ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURA A INTERNISTA EN MEDICINA



REUNIÓN CON LA DIRECTIVA DE LA JUNTA DE VECINOS DE VILLA VICTORIA VIA ZOOM



REUNIÓN CON VECINOS DE LA ZONA DE VILLA VICTORIA SOBRE LA ENCUESTA DE OPINIÓN DIGITAL

