



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA



ZONAS DE ORIENTACION UNIVERSITARIA: ESTRATEGIAS DE MERCADEO
EN SALUD

LAURA CAROLINA MARTINEZ GUTIERREZ

MARIA TERESA OYUELA GIRALDO

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERÍA
VILLAVICENCIO-META

2019



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA



ZONAS DE ORIENTACION UNIVERSITARIA: ESTRATEGIAS DE MERCADEO
EN SALUD

Estudiantes participantes en proyección social para optar al título profesional
(enfermeras)

LAURA CAROLINA MARTINEZ GUTIERREZ
COD: 130003414
MARIA TERESA OYUELA GIRALDO
COD: 130003432

Director

LUZ MIRYAM TOBÓN BORRERO

Docente académico

Asesor: Oscar Alirio Torres Clavijo

Docente académico

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERÍA
VILLAVICENCIO-META

2019



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA**



Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma de jurado

Villavicencio, marzo 11 de 2019.



CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	8
JUSTIFICACIÓN.....	10
3. OBJETIVOS	12
3.1 OBJETIVO GENERAL	12
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	12
4. DIAGNOSTICO SITUACIONAL ENCONTRADO	13
5. REVISION DE LITERATURA	15
6. PLAN DE ACCIÓN DESARROLLADO	21
6.1 Identificar la población destinada para que participe activamente de la estrategia	21
6.2 Elaboración de contenido.....	23
6.3 Piezas comunicativas.....	26
5.4 Validación	29
6.5 Producción y plan de distribución	30
7. LIMITACIONES	32
8. IMPACTO LOGRADO	33
Fuente: Elaboración propia.....	34
9. CONCLUSIONES.....	35
10. RECOMENDACIONES	36
REFERENCIA BIBLIOGRAFICA	37



LISTA DE FIGURAS

Tabla 1 Estudiantes matriculados en el periodo 2018-1 Sede San Antonio- Unillanos.	21
Tabla 2 Estudiantes de pregrado por estrato a corte II PA 2018	22
Tabla 3 Estudiantes admitidos mediante categoría especial 2018 II	22
Tabla 4 Planta docente	23
Tabla 5 Distribución y número de personas intervenidas según estrategia.	34



UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA



LISTA DE ANEXOS

Anexo A Folleto.....	42
Anexo B Poster	43
Anexo C Plotter.....	45
Anexo D Volante	46
Anexo E Redes Sociales.....	47
Anexo F Blog	49
Anexo G Libreto programa radial	50
Anexo H Evidencias del plan de acción	64



RESUMEN

Este proyecto responde a un programa aprobado a nivel institucional como estrategia para afrontar la actual problemática interna de consumo de Sustancias Psicoactivas (SPA), la presencia de Infecciones de transmisión sexual y el embarazo no deseado en jóvenes, el cual tiene como objetivo crear estrategias de mercadeo que permitan dar a conocer a toda la comunidad universitaria, el trabajo que se viene realizando desde la Facultad de Ciencias de la Salud en la puesta en práctica de la estrategia zona de orientación universitaria (ZOU).

Una vez caracterizada la población se hizo selección de las piezas comunicativas que generaran mayor impacto y acogida. Las piezas comunicativas seleccionadas y que formaron parte del desarrollo de este proyecto fueron: Folletos, volante, plotter, poster; se utilizaron además diferentes estrategias de mercadeo como la elaboración de un programa radial y la ejecución de diferentes muestras culturales, se escogieron estas estrategias ya que fueron las más adecuadas para hacer llegar la información a todos los estamentos universitarios. Así mismo, se hizo la apertura de las diferentes redes sociales las cuales sirvieron para socializar la información de manera masiva puesto que estas son consideradas como uno de los principales medios de comunicación e intercambio de información en la sociedad actual.

Se lograron los objetivos dejando piezas educativas y estrategias de mercadeo establecidas que permitirán la socialización del proyecto ZOUNILLANOS, como aporte para mejorar las propuestas institucionales que permitan la disminución del consumo de sustancias psicoactivas y prevengan la presencia de Infecciones de transmisión sexual y embarazos no deseados.



INTRODUCCIÓN

Este proyecto corresponde a prácticas y proyectos comunitarios comprendidos como la materialización del compromiso de la Universidad con la sociedad y buscan la articulación de los conocimientos a situaciones concretas, con el fin de lograr la validación de saberes, el desarrollo de las competencias profesionales, y la atención directa a las necesidades del medio, esto dentro de la clasificación de los campos de realización de proyección social plasmado en el artículo 6 del acuerdo 021 del 2002.¹

Se entiende mercadeo como “un proceso gerencial y social mediante el cual los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación e intercambio de productos/servicios de valor con los otros”; por otro lado, se define el mercadeo como la actividad humana cuya finalidad consiste en satisfacer las necesidades y deseos del ser humano, mediante procesos de intercambio; y profundiza en esta definición, afirmando que el mercadeo se basa en diseñar la oferta de la organización con base en los deseos y necesidades del mercado meta y en el uso efectivo del precio, la comunicación y distribución para informar, motivar y servir el mercado.²

El mercadeo social es considerado una herramienta para promocionar la salud, ya que sirve como uno de los medios básicos para posicionar la salud como valor social, por que busca un cambio de comportamiento a largo plazo y sostenible en el tiempo, involucrando no solo al público objetivo (estudiantes), sino también a otros actores que son claves para generar un escenario propicio para desarrollarlo.

El Mercadeo Social genera valor, por cuanto parte de la propia percepción de valor de las personas y la usa como vehículo para alcanzar el comportamiento deseado. En cada grupo social, existen valores que guían el actuar de los individuos y son las



herramientas que ayudan a discernir lo que es importante o no, lo que tiene mayor o menor significado para estos. ²

Para constatar lo anteriormente mencionado se realizó una investigación de mercado en la que se aplicó un instrumento de 24 preguntas, en el cual se pretendía identificar aspectos socio demográficos, pictográficos y estilos de vida, para así mismo, generar una estrategia y servicio acorde a las particularidades de este grupo poblacional, y de esta manera logra diseñar los mensajes, seleccionar los medios adecuados para difundirlos, controlar y evaluar el impacto de los mismos, en el comportamiento de las personas.

Después de una revisión detallada de literatura se diseñó varias piezas educativas tales como folletos, volantes, poster y diferentes redes sociales que fueron presentadas a la comunidad universitaria mediante estrategias de marketing en dos sedes de la universidad para que estudiantes, administrativos y docentes de la universidad de los llanos conozcan y utilicen los servicios que ofrece la zona de orientación universitaria (ZOU).

Se elaboraron y socializaron diferentes estrategias de difusión y circulación de información relacionada con la Zona de Orientación Universitaria (ZOUNILLANOS) dirigido a los estamentos universitarios, estas estrategias permitieron identificar los espacios específicos de atención ZOU, promoción de los servicios que en ella se ofertan, con el fin de que la comunidad universitaria las utilice y se familiarice con cada una de las actividades propuestas. Algunas de las estrategias utilizadas fueron; cuentería, teatro, pautas radiales y demás eventos que contribuyan al mercadeo en salud.

JUSTIFICACIÓN

La estrategia Zona de Orientación Universitaria es un proyecto avalado institucionalmente por el Consejo Académico de la Universidad de los Llanos, fue presentado al consejo académico y avalado para su desarrollo mediante acto administrativo con el acta de fecha mayo 2 de 2017 , Aval que permite el desarrollo de cada una de las actividades dirigidas a las y los adolescentes y jóvenes programadas semestre a semestre en el recinto universitario, permite además el trabajo con las redes Comisión Interamericana contra el abuso de las drogas (CICAD-OEA) la Confederación de adolescencia y juventud de Iberoamérica y el Caribe (CODAJIC), la planeación y desarrollo de eventos de educación continua y extensión, la consolidación de convenios interinstitucionales, la proyección de intercambios internacionales de docentes y de estudiantes, entre otros.

El consumo de sustancias psicoactivas (SPA) según (cita 3) García y Tobón es prevalente entre los estudiantes siendo el alcohol el que con más frecuencia se consume con un 95,84%, la marihuana, por otro lado, es consumida en un 15,19% mientras que el tabaco tiene una prevalencia de 19,26%, sustancias como la cocaína es consumida en un 2,19% y sustancias pertenecientes a las anfetaminas tienen un 0,38%.³

Todos los individuos son vulnerables en relación al consumo de SPA desde un enfoque de desarrollo humano y un ejercicio de la ciudadanía y en el entorno universitario esta vulnerabilidad crece aún más debido a las circunstancias que acompañan el proceso académico como lo son la carga académica, el entorno social, las complicaciones económicas y demás complicaciones que acarrea llevar a cabo los estudios superiores.⁴

Debido a que el consumo de estas sustancias entre la población joven genera problemáticas tales como: deserción o expulsión estudiantil y familiar; estigmatización y discriminación del individuo o del grupo; conflictos y maltrato

intrafamiliar, entre otros; resulta pertinente la implementación de esta estrategia para hacer que la academia se convierta en un espacio protector y sanador por medio de estrategias adecuadas, incluyendo la participación de docentes, los mismos estudiantes y demás actores de la comunidad educativa.⁵

La planeación y ejecución de las herramientas de mercadeo han adquirido un protagonismo creciente en los servicios de salud y enseñanza, es por ello que para el profesional de enfermería las estrategias de mercadeo en salud aportan a la práctica y al conocimiento propio de la profesión. Dado que enfermería es garante de los derechos de los ciudadanos ante situaciones conflictivas, la formación debe contener una serie de conocimientos y herramientas que les capaciten para cumplir con la responsabilidad social que tienen atribuida. Por tanto, desde la universidad se debe proporcionar competencias para abordar el cuidado desde una visión interdisciplinaria implementando las diferentes herramientas del marketing.⁶

Se considera que la importancia de que los docentes, administrativos, y estudiantes universitarios conozcan la estrategia radica en encontrar un apoyo desde una mirada humana, cercana, acogedora y propositiva. De esta manera se brinda una ruta de atención a todos los individuos de la comunidad universitaria que requieran el servicio.

Para la universidad es relevante incluir este tipo de proyectos ya que, con la ejecución de estos, se ve reflejado el compromiso que tiene la institución con el bienestar en todas las dimensiones de los estudiantes con el propósito de generar cambios conductuales en los adolescentes y así una mejoría en la calidad de vida.

Para los profesionales en formación, ser partícipes de este proyecto permite acercarse a la situación actual de los adolescentes y prepararse para el abordaje asertivo de esta situación y visionar proyectos y vínculos con diferentes instituciones con el fin de generar proyectos que beneficien mayormente a la comunidad.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Planear y ejecutar estrategias de mercadeo en salud con enfoque en promoción y prevención, orientadas a la política nacional de salud sexual y reproductiva y a la prevención del consumo de sustancias psicoactivas en la comunidad UNILLANISTA en el marco del modelo Zonas de Orientación Universitaria.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Crear herramientas de información dirigidas a la comunidad universitaria Unillanista que permitan el abordaje de las problemáticas relacionadas con Salud Sexual y Reproductiva (SSR) y Consumo de Sustancias psicoactivas (SPA).
- Ofertar actividades relacionadas con SSR y SPA utilizando herramientas de información propicias que integren activamente a la comunidad universitaria.

4. DIAGNOSTICO SITUACIONAL ENCONTRADO

La universidad está integrada por 5 facultades que ofrecen 16 programas de pregrado. Además, ofrece 13 especializaciones, 4 maestrías y un doctorado. Cuenta con varios CERES ubicado en todo el Departamento y en San José del Guaviare donde se ofrecen 6 programas de pregrado. Ofertados en convenio con Instituciones de Educación Media en:⁷

Ciclo técnico: Técnica Profesional en Sistemas de Producción Porcícola (en ciclo propedéutico con Tecnología en Gestión de Empresas Pecuarias)⁷

Técnica Profesional en Sistemas de Producción Avícola (en ciclo propedéutico con Tecnología en Gestión de Empresas Pecuarias)⁷

Ciclo Tecnológico: Tecnología y Gestión de Empresas Pecuarias (en ciclo propedéutico con las técnicas Profesionales en Sistemas de Producción Avícola y Porcícola).⁷

En un estudio realizado en el 2015 en la universidad de los llanos, donde se encuestaron estudiantes de pregrado arrojó que el 56.9% de los estudiantes han consumido sustancias psicoactivas en algún momento de la vida, con inicio de los 13 a los 18 años con un 46%. Con respecto a las sustancias psicoactivas ilícitas encontramos que el de mayor consumo en los últimos 12 meses y últimos 30 días es el cannabis, seguido por la cocaína y los medicamentos de prescripción médica. En relación a las sustancias psicoactivas lícitas encontramos que el de mayor consumo en los últimos 12 meses y últimos 30 días es el alcohol. En relación a la frecuencia de uso de sustancias ilícitas Cannabis encontramos un 10.1% de consumo una vez al mes, igualmente de cocaína con un 2.8% y de un 2.8% de Medicamentos de prescripción médica. Y con respecto al uso del alcohol encontramos un 51.7% y del consumo de tabaco de un 25.8%. Sin embargo, encontramos un abuso en el consumo de alcohol de 5.1% y de abuso de consumo

de tabaco de un 18%. Cuando se inquiriere acerca del uso de sustancias psicoactivas por parte de los amigos se encuentra que el 78.3%, los tienen, incluso dan razón del consumo de sustancias lícitas e ilícitas, corroborando lo manifestado por CEBRID, en donde “ser un adolescente, es un grupo de población de alta incidencia para el consumo de drogas”. La sustancia ilícita de mayor consumo entre los amigos es el Cannabis 35.1%, seguido de la Cocaína 11.8%. Y la sustancia lícita más consumida es el alcohol 70.6% y el cigarrillo 57.8%.⁸

La estrategia ZOU nace en la universidad de los Llanos como mecanismo de intervención dando respuesta a los hallazgos obtenidos del proceso investigativo interno sobre el consumo de sustancias psicoactivas.

5. REVISION DE LITERATURA

DOCUMENTO DE LINEAMIENTOS PARA ZONAS DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA Patiño C.

La apertura de nuevas redes sociales y nuevos conocimientos amerita una observación de las necesidades de apoyo para los jóvenes que recién ingresan a las universidades, tanto para prevenir el consumo, como para mitigar el impacto que éste pueda tener no solo sobre el desempeño académico, sino sobre la vida de los jóvenes en general. Por esta razón, desde el marco de la Política Nacional para la Reducción del Consumo de Spa y su Impacto (2007), se plantean las Zonas de Orientación Universitaria como una estrategia de trabajo en red desde la inclusión social y participación de los diversos actores en comunidades universitarias para generar espacios de escucha y apoyo ante la creciente demanda de respuestas efectivas basadas en el conocimiento de la realidad, en la evidencia de la investigación y la evaluación sistemática de las acciones.⁹

PROTOCOLO PARA LA PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL: PREVENCIÓN DEL INTENTO DE SUICIDIO EN EL MARCO DE LAS ZONAS DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA PARA ADOLESCENTES Y JOVENES DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS, SEDE SAN ANTONIO Y BARCELONA. 2017. Arias TYD. Castro MPE.

Las zonas de orientación universitaria (ZOU), con el fin de ofrecer espacios de escucha activa, acompañamiento y canalización hacia los servicios de atención; y así mismo capacitar a los miembros de la comunidad educativa de los temas relacionados con el consumo de Sustancias Psicoactivas SPA para desarrollar esta estrategia es necesario el apoyo de los docentes y los jefes de Bienestar Universitario. Las Zonas de Orientación Universitaria (ZOU) son importantes para la Universidad de los Llanos, ya que brindan apoyo en áreas de salud mental positiva

y en otras problemáticas que se presentan en el transcurso de la vida de la comunidad académica.¹⁰

La Orientación en la Universidad: un análisis para la reflexión. Boullosa AP.

En la orientación universitaria es fundamental la atención que se debe prestar al desarrollo personal del estudiante, la ZOU busca que esté en buena disposición personal para hacer frente a las muchas exigencias que le van a plantear la vida personal y la universitaria, así como, y de forma muy especial, estar dispuesto y preparado para adoptar de forma madura las diferentes decisiones que durante su período universitario se va a ver obligado a efectuar. Se puede pensar en un entrenamiento en tales habilidades, incluyendo, una mejora del desarrollo cognitivo, como estrategia para que el sujeto sea más hábil para enfrentarse con los diferentes problemas y decisiones¹¹

Zona de Orientación Universitaria ZOU: Alternativas para la prevención y mitigación del consumo. universidad del Quindío. Oficina de asesoramiento. 2016.

Las Zonas de Orientación Comunitaria ZOU, no son un espacio físico, tienen como ánimo mitigar el riesgo que podría evidenciar el entorno universitario por la aparición de diferentes sustancias psicoactivas, puesto que “en nuestro contexto se evidencia un elevado nivel de exposición a las sustancias psicoactivas con el ingreso a la vida universitaria, donde hay un aumento de los factores de riesgo para el consumo problemático”, sostuvo la psicóloga María Eugenia Manrique, organizadora de la actividad, por tal motivo desde la Política Nacional para la Reducción del Consumo de Sustancias Psicoactivas (S.P.A.) y su Impacto (2007) “se plantean las Zonas de Orientación Universitaria como una estrategia de trabajo en Red desde la inclusión social y participación de los diversos actores en comunidades universitarias para generar espacios de escucha y apoyo.¹²

VIH/SIDA: prevención y mercadeo social. Isla de la Juventud. Cuba. Suarez LN. Aguilar RLA. 2014

La mercadotecnia social se ha probado como estrategia para cambios de conducta, y hábitos; de hecho, algunos la definen con ese perfil, ya que combina los mejores elementos de los planteamientos tradicionales de cambio social, con una planificación integrada y un marco de acción, que utiliza además los avances en la tecnología de la comunicación. La mercadotecnia social ha constituido una estrategia para lograr incorporar estilos de vida saludable, siguiendo los componentes que toda estrategia de esta naturaleza tiene; esto es, que se combinan el producto, servicio o idea a promover con una oportunidad.¹³

Conocimientos y actitudes hacia la mercadotecnia en salud en países de Iberoamérica. DCR. Suarez LN. 2015

La aplicación de la mercadotecnia en la esfera de la salud en Iberoamérica, tanto en el cambio de comportamientos como en la esfera de los servicios y la realización de investigaciones para la proyección y evaluación de estrategias, programas, proyectos y campañas, permite el enriquecimiento teórico y el disponer de resultados para extraer enseñanzas y compartir las experiencias exitosas que aportan los estudiosos de esta temática, ya sea en la academia o en los servicios.¹⁴

Mercadotecnia social: una herramienta necesaria para la promoción de salud. Dra. Góngora GLH 2014

El desarrollo de las ciencias médicas y el análisis de la situación epidemiológica, han permitido definir lo importante que resulta cambiar estilos de vida y enseñar a la población a asumir conductas con un impacto positivo en su salud, si se quiere transformar el actual cuadro epidemiológico. Las muertes prevenibles son el basar el empeño de educar, informar, persuadir, entrenar, modificar el medio ambiente y adecuar las condiciones en que vive el hombre, a fin de obtener una mayor calidad de vida y, por ende, una mejor salud. Para el logro de estos objetivos se requiere, en primer lugar, actuar con tal propósito y emplear programas de mercadotecnia social, con estrategias de comunicación, movilización social y participación comunitaria, entre otros, como vía para involucrar a la comunidad en las decisiones

relacionadas con las posibilidades de acceder a estilos y condiciones de vida sanas, para lo cual se hace necesario que los profesionales de la salud formen parte de estos procesos y se capaciten en este sentido.¹⁵

Aplicación de la mercadotecnia social en los servicios y programas de salud en Santiago de Cuba. Dra. García GLH, Dra. Yéndez ENV, Dra. Aguirre HH. 2016

La mercadotecnia en salud es un ejercicio profesional y una disciplina administrativa cada vez más tecnificada, cuya esencia radica en que se vincula directamente a la gestión de cualquier institución de salud y la orienta. Su importancia se fundamenta en el aporte al empoderamiento del ciudadano, que además es el paciente y el usuario de los servicios de salud que se deben gerenciar, hacia el entendimiento de que la promoción debe cambiar aspectos individuales que los protege de contraer enfermedades, pues genera una comprensión de su rol sanitario multiplicador y transformador de su realidad, al dar respuestas a todas las inquietudes de los pacientes/usuarios, toda vez que se puedan satisfacer las demandas con calidad, identificando y anticipando los requerimientos y transformándose en un agente de cambio dentro de la organización sanitaria.¹⁶

Mercadeo de servicios de salud. Torres SC

El mercadeo se mueve bajo dos principios: obtener rentabilidad ofreciendo satisfacer las necesidades humanas. cuando aquellos productos creados por las empresas para satisfacer las necesidades de los consumidores tienen un soporte material se les denomina bienes y cuando no lo tienen, se les llama servicios. El producto salud por lo tanto es un servicio y su mercadeo debe buscar: satisfacer necesidades humanas a través de productos, obtener una rentabilidad para quien ofrece el producto¹⁷

Mercadeo Social en Salud: conceptos, principios y herramientas. Castro M, Gómez X, Monestel P. 2014

El Mercadeo Social en Salud como herramienta moderna de la promoción de la salud, se ha planteado como uno de los medios básicos para posicionar la salud como valor social, ya que busca un cambio de comportamiento a largo plazo y sostenible en el tiempo, involucrando no solo al público objetivo, sino también a otros actores que son claves para generar un escenario propicio para desarrollarlo. Se dice que el Mercadeo Social genera valor, por cuanto parte de la propia percepción de valor de las personas y la usa como vehículo para alcanzar el comportamiento deseado.¹⁸

El mercadeo de servicio en las instituciones de salud un enfoque desde la gestión de organizaciones. Beltrán AAR. Rodríguez CWO. 2012

El mercadeo, entendido conceptualmente como ya se expuso, tiene dos vertientes, la primera es el mercadeo de productos, la segunda consiste en el mercadeo de servicios, que como se podrá entender dada la naturaleza del objeto de estudio en esta investigación, es de la que en adelante nos ocuparemos. El mercadeo de servicios, se realiza sobre intangibles, porque su esencia es mercadear, vender (si se quiere), persuadir (más exactamente), a las personas, para que satisfagan una necesidad que tengan, tomando algún tipo de opción que se le está ofreciendo, y decimos intangible, en tanto aquello que pretendemos mercadear, la persona no puede.¹⁹

PLAN DE MERCADEO EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO SALUD PEREIRA ENERO DE 2013

La ampliación del mercado y la coordinación en la prestación del servicio con excelencia para lograr la permanencia de los clientes actuales, implica la aplicación de dinámicos y efectivos sistemas y técnicas de mercadeo por parte de las organizaciones públicas o privadas, permitiéndoles hacer frente de manera exitosa, a la acción de la competencia, marcando la diferencia y permaneciendo en la mente



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA**



de los clientes de manera positiva, generando la satisfacción a sus necesidades y por ende la fidelidad hacia nuestra Empresa.²⁰

6. PLAN DE ACCIÓN DESARROLLADO

6.1 Identificar la población destinada para que participe activamente de la estrategia

Por medio del análisis del macro proyecto se concluyó que las diferentes actividades de mercadeo en salud van dirigida para toda la comunidad estudiantil de la universidad de los llanos, que está conformada por 5.964 estudiantes, 112 docentes de planta, 143 docentes ocasionales y 376 docentes catedráticos, administrativos, tanto sexo femenino como masculino, edades entre 16 años a 40 años, de todos los estratos socioeconómicos, pertenecientes a todos los programas que oferta la universidad y que estén desde primer semestre hasta el último.

Tabla 1 Estudiantes matriculados en el periodo 2018-1 Sede San Antonio- Unillanos.

Programa	Mujeres	Hombres	Total
Economía	179	158	337
Contaduría (diurno)	142	107	249
Contaduría (nocturno)	248	191	439
Administración de empresas (diurno)	216	160	376
Administración de empresas (nocturno)	118	115	233
Mercadeo	179	129	308
Enfermería	283	83	366
Tecnología en Regencia de Farmacia	148	55	203
Total	1513	998	2511

Fuente: Bitácora 2018.

Tabla 2 Estudiantes de pregrado por estrato a corte II PA 2018



Tabla 3 Estudiantes admitidos mediante categoría especial 2018 II

CATEGORÍA	CANTIDAD
Indígena	96
Víctima de la Violencia	66
Departamento donde no hay IES	79
Municipio de Difícil Acceso	71
Deportistas Destacados	14
Discapacidad	12
TOTAL	338

Fuente: Oficina de Admisiones, Registro y Control Académico

Tabla 4 Planta docente

Planta				
Doctorado	1	9	8	4
Maestría			1	
Especialización	43	29	8	1
Pregrado	6	1		
Otro tipo de estudios				
SUBTOTAL	50	39	17	5
Ocasionales				
Doctorado	4			
Maestría	51			
Especialización	53			
Pregrado	31			
Otro tipo de estudios				
SUBTOTAL	139			
Catedráticos				
Doctorado	8			
Maestría	100			
Especialización	178			
Pregrado	103			
Otro tipo de estudios	3			
TOTAL	581	39	17	5

Fuente: Vicerrectoría Académica – Oficina de Asuntos Docentes

6.2 Elaboración de contenido

Se plantean las Zonas de Orientación Universitaria como una estrategia de trabajo en red desde la inclusión social y participación de los diversos actores en comunidades universitarias para generar espacios de escucha y apoyo ante la creciente demanda de respuestas efectivas basadas en el conocimiento de la realidad, en la evidencia de la investigación y la evaluación sistemática de las acciones.

Varias universidades del país han creído en esta apuesta y han avanzado y participado en esta construcción colectiva, aportando desde sus realidades particulares, elementos clave para estos lineamientos

El concepto plantea minimizar las condiciones de riesgo, sensibilizando a los líderes de opinión formales y tomadores de decisiones como rectores, vicerrectores, directores de bienestar universitario con el fin de empoderar la estrategia ZOU y así lograr un apoyo institucional que brinde unas mínimas condiciones para su implementación²⁰.

Esto plantea un análisis de lo que ocurre con mirada curiosa, crítica y objetiva, utilizando los recursos que se consideren más adecuados para que la información se pueda dar a toda la comunidad universitaria. Contando con esto se llevó a cabo la elaboración del contenido, se empleó la estrategia de micro marketing en esta estrategia se considera a cada cliente como un único segmento y por lo tanto se trata de adaptar la oferta comercial a cada persona; dentro de esta estrategia se encuentra el marketing local que busca tratar de adaptar la oferta la oferta comercial a las características de los clientes o consumidores²¹.

Basado en esta información se escoge estrategias de mercadeo como folleto, volante, plotter, pendón y pancarta con el fin de llenar la expectativa de las personas según su gusto personal.

El Marketing digital y las redes sociales permiten un contacto directo con el público objetivo, de forma que a la hora de querer informarse acerca de un tema pueden acceder fácil y rápidamente a través de sus celulares, tabletas, computadoras y Smart tv, entre otros. También, se realizó la apertura de las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram y Gmail, estos medios de comunicación se incluyen debido a la interacción constante con la comunidad y así conocer sus prácticas, manejo del tiempo, gustos y afinidades, con el fin de generar información útil y significativa, pero a su vez, objetiva y confiable. es para llevar a cabo el mercadeo electrónico ya que hoy en día en todas las familias existe al menos un usuario de

Redes Sociales con un perfil de Facebook, Instagram o Gmail que puede ser un potencial replicador de información, la importancia de manejar estos medios de comunicación se articula a la teoría de la comunicación de Luis Ramiro Beltrán, donde señala que la concepción de comunicación para el desarrollo se centra en tres momentos: 1. Creer en la capacidad de los medios para generar atmósferas públicas favorables al cambio, indispensables para la modernización social relacionada con el progreso tecnológico y el crecimiento económico. 2. Considerar la comunicación tanto masiva como directa, de manera organizada y planificada como instrumento para el alcance de metas por parte de instituciones que propician el desarrollo. 3. Promover el acceso y la participación de las personas en el proceso de la comunicación masiva e interpersonal, garantizar justicia social, libertad para todos y gobierno de la mayoría.²²

Se realizó la elaboración de un programa radial que se grabó en la emisora ondas del meta con el fin de que la familia y personas cercas a la comunidad universitaria conozca la zona de orientación universitaria y así apoyarse, acudir ellos mismo y dirigir a sus conocidos a esta estrategia para afrontar situaciones de riesgo para el consumo de SPA y demás problemática que se pueda llegar a presentar durante la vida universitaria. Esta es una estrategia de comunicación institucional, de gran importancia, ya que la radio como medio de difusión, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que ésta representa como medio en sí, ya que, posee, una calidad íntima de tú a tú; la radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo. Es un medio selectivo y flexible, en la radio hay que escribir y hablar para el oído humano, es decir, construir y transmitir textos claros y directos que, siendo percibidos acústicamente, puedan ser descodificados con facilidad por el receptor. De allí parte la importancia del programa radial.

6.3 Piezas comunicativas

Se elabora piezas comunicativas con su respectivo contenido, con el fin de promocionar la zona de orientación universitaria dentro del contexto universitario en las dos sedes de la Universidad de los Llanos, en las cuales se distribuye y socializa el contenido con la comunidad universitaria.

Aun en la época de la comunicación tecnológica, los productos impresos siguen siendo una parte indispensable de cualquier estrategia promocional y comercial porque gozan de una versatilidad y accesibilidad que otros medios ni siquiera se acercan. El papel tiene una presencia física y práctica que llama y atrae al lector; la fisicidad y tangibilidad del material estimula los sentidos y este contacto es muy importante.²²

Las piezas comunicativas impresas que se escogieron fueron, folleto, volante, poster y plotter ya que representan uno de los instrumentos de comunicación más efectivos sobre todo porque llegan directamente en las manos de las personas y esto explica por qué es fundamental que sean realizados del modo correcto: el diseño debe ser llamativo, captar la atención y fijarse en la mente de quien lo recibe. El objetivo fundamental de estas estrategias impresas es capturar la atención y el interés de aquellos que los leen.²²

Las piezas educativas elaboradas fueron:

Folleto: Esta pieza se estructuró con 2 caras, y contiene información sobre; que es la ZOU, que problemáticas se tratan, temas que se abordan, servicios que ofrece y ubicación. Se realiza un folleto con información acerca del concepto, servicios que ofrece y donde se puede encontrar información acerca de la zona de orientación universitaria.

Poster: Elaborado bajo la normatividad de: título, autor, institución, introducción, método y conclusiones, mediante presentación grafica de la ZOU, donde se señalan los aspectos más importantes, al cual se le incluyó información de que es la ZOU y

los espacios que allí se ofrecen. Se elabora un poster en el cual se encuentra la información de los servicios que se ofrecen y donde se puede encontrar la ZOU.

Volante: Esta pieza se elaboró en tamaño de 17 cm de largo x 15cm de ancho, 1 cara e incluye información relacionada con donde se encuentra la ZOU. Se ejecuta un volante en donde se informa a quien va dirigido, que se ofrece, temas a tratar, donde se encuentran y como poder interactuar con la ZOU.

Plotter: Se construye con las siguientes características imágenes, impreso en un pliego de papel cartulina Bristol; contiene información que permite dar a conocer el objetivo de la ZOU, servicios que se prestan. Se crea un plotter es donde va información acerca de que es la ZOU, quien la conforma, cuando acudir y como interactuar con esta.

Programa Radial: La Corocora Saludable es un proyecto institucional, bajo la modalidad de lenguaje radial, el cual pretende generar acciones dirigidas a fomentar el cuidado de la salud, a identificar factores de riesgo, a tener conciencia de la importancia de los hábitos de vida saludable. Así mismo, se enfoca en ampliar el conocimiento de la comunidad con respecto a ciertas enfermedades con el objetivo de trabajar por el bienestar y la calidad de vida de las personas; con el fin de utilizar esta estrategia de información masiva en este proyecto se elaboró un libreto que consta de 10 páginas, allí se encuentran tips para la comunidad y entrevistas con expertos del ministerio de educación.

Este proyecto institucional constituye una ventana que permite llegar a las personas del contexto en el cual se informa ampliamente de la zona de orientación universitaria a través del lenguaje radial, elaborado por estudiantes bajo la supervisión de un docente coordinador, el libreto cuenta con la entrevista de dos expertos en el tema en este caso Zona de Orientación Universitaria, expertos que responden a todas las inquietudes acerca de esta estrategia. La importancia de crear este programa radial radica en que se debe impactar no solo a la comunidad universitaria sino también a la comunidad en general para proporcionarle

herramientas a esta misma y así aumentar el uso de estas estrategias en la universidad por parte de toda la comunidad de la región.

Redes sociales: La sociedad en la que se vive ahora está orientada cada vez más hacia el ámbito digital, el desarrollo de las nuevas tecnología ha cambiado y sigue transformando la comunicación entre las personas es por esto que la publicidad en internet se empleó para implementar el mercadeo interactivo, el mercadeo de estilos de vida y mercadeo electrónico interactivo se llevó a cabo por medio de la apertura de las diferentes redes sociales como Facebook; esta red permite una interacción inmediata y una participación constante de la mayoría de los miembros de un grupo, ya que no sólo se utiliza este medio como un elemento de trabajo, sino que también está dentro de los mayores espacios de distracción y tiempo de ocio, donde uno al ver que hay algún comentario o noticia en el grupo, ingresa sin que le resulte un trabajo tedioso o de poco interés. Esta herramienta ha creado una participación más fluida y efectiva por parte de los estudiantes, debido a que conocen y manejan bien las herramientas además de sentirse estrechamente relacionados con este medio, y permite el rápido intercambio de fotos, lo que enriquece el trabajo rápidamente y permitiendo hacerlo mucho más llevadero y visual. En el cual se encuentra como ZOU Unillanos y cuenta con mil (1.000) amigos vinculados, En Facebook se realizó una encuesta preguntando acerca del conocimiento de la ZOU el 60% contestó que no sabía que era y el 40% respondió que sí sabía de lo que se trataba y se sube información en imágenes en las redes sociales.

Instagram y correo electrónico: Estas redes nos brinda publicidad que no tiene un carácter muy intrusivo, dado que es el propio usuario el que decide si desea o no recibir publicidad. Esta libertad de elección puede estar generando una mayor capacidad de interacción y aceptación por parte de sus seguidores, es muy visual y por ende atraen a una audiencia más joven. En el que se tiene acceso a todos los correos de las personas que hacen parte de la universidad, con el fin de difundir

información que ofrece la ZOU a toda la comunidad estudiantil de la universidad de los Llanos.

El mercadeo de rumor: Esta estrategia consistió en la formación de líderes para reducir y prevenir el consumo de sustancias psicoactivas en universidad de los llanos sede San Antonio, actividad desarrollada con el acompañamiento de las estudiantes Participantes en Proyección Social (EPPS); Erika Shirley Hernández Mejía y Yina Catherine Parra Hidalgo, la finalidad de esta estrategia fue: Formar líderes con conocimientos e información clara y correcta sobre sustancias psicoactivas con el fin de reducir el consumo, en esta actividad de formación participaron los estudiantes de primer semestre de los diferentes programas que ofrece la Universidad de los Llanos en la Sede san Antonio.

Mercadeo de guerrilla: Consiste en la articulación de ASCUN Unillanos que tiene como objetivo establecer procesos de interacción e integración con las comunidades nacionales, en orden a aportar en la solución de sus principales problemas, a participar en la formulación y construcción de políticas públicas y a contribuir en la transformación de la sociedad en una perspectiva de democratización y equidad social, regional, política y cultural. Se acudió a la entrada de las dos sedes y se realizaron muestras culturales, con la participación de algunos integrantes del grupo de teatro de la universidad ASCUN, en estas actividades se hizo entrega de preservativos, volantes, folletos y se impartió información acerca de la ZOU a la comunidad universitaria.

5.4 Validación

Ya que el objetivo fundamental es capturar la atención y el interés de aquellos que los leen es indispensable que el diseño y la configuración de la pieza comunicativa sea la correcta desde el punto de vista gráfico, del color e incluso el formato ya que es sin duda un factor a tener en cuenta.

Se revisó la información de las piezas comunicativas a nivel estético y el tipo de lenguaje utilizado, así como de su pertinencia para la población junto a la tutora del proyecto quien sugirió cambios y recomendación, los cuales se llevaron a cabo por las estudiantes mejorando así la presentación e información de las piezas comunicativas.

Siendo así, se escogieron colores llamativos a la vista como rojos intensos, amarillos y verdes; el tamaño del folleto es medio en donde cabe toda la información, los volantes son pequeños con el fin de que sean fáciles de guardar y tener a la mano; el pendón es lo suficientemente grande para que quien pase por las entradas de las sedes lo vea y los pendones tienen tamaño medio para que queden acorde al ser pegados en los diferentes lugares de la universidad.

6.5 Producción y plan de distribución

Las diferentes piezas comunicativas como los folletos, los volantes, los plotters y pendones se distribuyeron en las distintas zonas sociales de las dos sedes de la universidad de los llanos.

Se distribuyeron de la siguiente manera: 500 folletos los cuales fueron distribuidos 250 en la sede San Antonio y 250 en la sede Barcelona; 10 poster, 5 en la sede San Antonio y 5 en la sede Barcelona; 500 volantes 250 en la sede San Antonio y 250 en la sede Barcelona.

En las redes sociales como Facebook, blog e Instagram se imparte información de la ZOU, la política sexual y reproductiva a toda la comunidad universitaria que se encuentra adjuntas a estas redes sociales en donde también se interactuó con la comunidad universitaria. En Facebook se realizó una encuesta preguntando acerca del conocimiento de la ZOU el 60% contestó que no sabía que era y el 40% respondió que sí sabía de lo que se trataba y se sube información en imágenes en las redes sociales.



**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA**



Se realizó actividades en las dos sedes, donde se informo acerca de la Zona de orientación universitaria, por medio de actividades culturales con el grupo de teatro ASCUN de la universidad y se realizó comunicación activa, donde se desarrolló los diferentes tipos de mercadeo ya mencionados.

En el programa radial se brinda información no solo a la comunidad universitaria, también a toda la comunidad en general, este se gravo en la emisora ondas del meta.



7. LIMITACIONES

Uno de las principales limitantes en el desarrollo del proyecto fue lograr disposición por parte de la comunidad Unillanista en brindar información y/o disposición de tiempo por parte de ellos por su carga laboral y/o estudiantil.

Otro limitante fue durante la alimentación de las redes sociales sobre la ZOU, al principio, la comunidad universitaria se mostró poco receptiva, pero luego se llevó a un umbral satisfactorio.



8. IMPACTO LOGRADO

Se deja diferentes estrategias de mercadeo como folletos, volantes, plotters, pendón para que los compañeros sigan promocionando esta estrategia; se dejan funcionando las diferentes redes sociales como Facebook en donde se planea seguir interactuando con la comunidad, así mismo se deja en funcionamiento la red social Instagram y el correo electrónico de Gmail en donde se tiene acceso a toda la comunidad universitaria.

Durante el desarrollo de las diferentes actividades la comunidad universitaria se mostró receptiva, principalmente no conocían de la zona de orientación universitaria, la política de salud sexual y reproductiva y la ayuda que brinda la universidad en el consumo de sustancias psicoactivas.

Se ejecuta las estrategias de mercadeo en salud con enfoque en promoción y prevención planteadas principalmente, la información que se plasmó allí fue oportuna y atractiva para la comunidad logrando captar la atención de la comunidad.

Se logra que la comunidad universitaria conozca todas las opciones de atención primaria en salud que ofrece la zona de orientación universitaria y se hace más visible la información alrededor de las dos sedes de la universidad para que llegue a todas las personas.

Finalmente se logró un impacto positivo, alcanzando metas y objetivos propuestas previamente, se realizó el proceso de manera congruente y hubo cohesión entre el grupo de trabajo y la comunidad universitaria.

Tabla 5 Distribución y número de personas intervenidas según estrategia.

Estrategia	Número de piezas distribuida	Número de personas beneficiadas
Folleto	500	500
Volante	500	500
Plotter	10	6846
Pendón	1	6846
Poster	2	6846
Facebook	--	1000
Instagram	--	180
Programa radial	1	6800

Fuente: Elaboración propia.

El número de personas beneficiadas es de aproximadamente 6846, estudiantes, docentes y administrativos que se encuentran en edades de 17 años a 42 años hombres y mujeres, de las dos sedes de la universidad de los llanos, en las estrategias de: poster, pendón y plotter estos se ubicaron en puntos estratégicos más concurridos. En el programa radial, este, se realizó por medio de la emisora Ondas del Meta que cuenta con aproximadamente 6800 oyentes. En Facebook se cuenta con 1000 seguidores y en Instagram con 180; el número total de personas impactadas directa o indirectamente es de 14826.



9. CONCLUSIONES

Se crearon 7 herramientas de información: folleto, volante, pendón, plotter, Blog, programa radial y redes sociales (Facebook, Instagram y Gmail) en las que se plasmó toda la información acerca de la ZOU dirigida a la comunidad universitaria, con el fin de realizar el abordaje de las problemáticas relacionadas con Salud Sexual y Reproductiva (SSR) y Consumo de Sustancias psicoactivas (SPA).

Se planearon y ejecutaron las estrategias de mercadeo en salud, orientadas a la política nacional de salud sexual y reproductiva y a la prevención del consumo de sustancias psicoactivas en la comunidad UNILLANISTA en el marco del modelo Zonas de Orientación Universitaria

Se ofertaron actividades relacionadas con SSR y SPA utilizando herramientas de información las cuales fueron distribuidas en las dos sedes de la universidad de los llanos en las zonas más transcurridas, también se dejaron herramientas en la oficina principal de la ZOU, las redes sociales se dejaron funcionando y a cargo de la docente encargada de la ZOU con el fin de seguir interactuando con toda la población que hace parte de estas redes y el programa radial fue transmitido en la emisora ondas del meta.

10. RECOMENDACIONES

La Zona de Orientación Universitaria (ZOU), es una experiencia que ha sido poco implementada en el contexto Unillanista lo que la transforma en una práctica poco conocida, por lo cual es necesario seguir promocionándola para que de esta forma toda la comunidad tenga acceso a la información.

Es importante implementar La ZOU ya que aquí se intenta crear un espacio para las personas consumidoras de sustancias psicoactivas (SPA), tomando como base el cambio cultural y la visión que ellas tienen de las universidades en torno a las situaciones problemáticas asociadas al uso de drogas en general.

Brindar espacios donde se facilita la información de la ZOU para que la comunidad universitaria se beneficie de estas.

Fortalecer el vínculo de bienestar institucional y la ZOU para lograr una mayor cobertura en la comunidad universitaria.

Es impórtate entender que la ZOU no sólo son espacios de prevención y mitigación en consumo de spa son un mecanismo que viabiliza el fortalecimiento de lazos y redes sociales para los jóvenes que llegan o forman parte de la universidad, Las ZOU son un medio que brinda herramientas con las que los jóvenes logren construir la universidad como un territorio de vida y paz en donde puedan desenvolverse en relaciones más armónicas y solidarias por medio del arte y la cultura, en este sentido, es un contexto simbólico y estilo de vida basado en el reconocimiento y respeto por la diferencia.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. Unillanos.edu.co [internet]. Villavicencio. Proyección social. 2002. [actualizado 9 de septiembre de 2002; citado el 21 de febrero de 2018]. Disponible en: <http://proyeccionsocial.unillanos.edu.co/PSWEB%203/documentos/normatividad/ACUERDO%20SUPERIOR%2021%20DE%202002.pdf>
2. Gil Hernández YC, Torres Estrada IC, López Torres ZA. Dimensión integral e interdisciplinaria del concepto de comportamiento del consumidor. Medellín. [internet] 2013. [citado el 22 de febrero de 2018]. vol.11 no.22 Disponible en: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-25222013000100011
3. Baquero García MR, Borrero Tobón LM. consumo de sustancias psicoactivas en estudiantes de primer semestre de las universidades del municipio de Villavicencio 2009. Villavicencio. [internet] 2009. [citado el 22 de febrero de 2018]. Disponible en: revistas.uptc.edu.co/index.php/shs/article/download/1898/1890
4. Duque Peña L. ZOU para mitigar el consumo de sustancias psicoactivas. Antioquia. [internet] 2015. [citado el 10 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/udea-noticias/udea-noticia!/ut/p/z0/fc7BCslwDAbgV_GyY2nVWfU4PAjwYPI1ouEbmh0a7Y1HeLT2-IBvHgJ-cOXEGIkLo2DAS_ASA7qmAujz6v1ZjbNUrVXOtUq04d0sZxt58eTkjtp_oN4AW9dZzJpLDmuHizzInqGOpQVJAr8b7pSU336sU4cMVoEn6j3tsOSRvUdD1hG-6QgGuT4eC8i9KEh4YNncKMSrUdLYBkH8LK9m-IF46v3jw!!/
5. Santos J, Soto B, Parra Espitia A. Zonas de orientación universitaria. Pereira-Risaralda. [Internet] 2012. [citado EL 10 de 02 de 2018] Disponible en:

<https://www.odc.gov.co/Portals/1/publicaciones/pdf/consumo/estudios/nacionales/CO03992012-zona-orientacion-universitaria.pdf>

6. Mompert García MP, Riveros Rivas E, García López MV. La crisis económica, el mercado en la salud, la educación y la formación de las enfermeras. rev. metas de enfermería. [internet] 2016 [consultado el 12 de mayo de 2018]. 19(9): 62-68. Disponible en: <http://www.enfermeria21.com/revistas/metlas/articulo/80996/>
7. Unillanos.edu.co. Facultades. [Internet] Villavicencio. 2017. [actualizado el 23 de 03 de 2017; consultado el 10 de 02 de 2018] Disponible en: <http://www.unillanos.edu.co/index.php/facultades>
8. Bernal A. causas y consecuencias del consumo de sustancias psicoactivas en adolescentes con ambientes de vulnerabilidad familiar y contextos sociales conflictivos. [Internet] 2015. [consultado el 10 de febrero de 2018] Disponible en: <http://stadium.unad.edu.co/preview/UNAD.php?url=/bitstream/10596/3691/3/57298094.pdf>
9. Patiño C. Documento de lineamientos para zonas de orientación universitaria. [internet] Bogotá-Colombia. 2012. [Actualizado en 2012; consultado el 13 de febrero] Disponible en: <http://www.descentralizadrogas.gov.co/wp-content/uploads/2015/11/Documento-de-lineamientos-para-ZOU.pdf>
10. Arias YD. Castro PE. Protocolo para la promoción de la salud mental: prevención del intento de suicidio en el marco de las zonas de orientación universitaria para adolescentes y jóvenes de la universidad de los llanos, sede san Antonio y Barcelona. [Internet] 2017. [citado el 13 de mayo de 2018] disponible en: <http://repositorio.unillanos.edu.co/bitstream/001/494/1/INFORME%20FINAL%20PROTOCOLO%20PREVENCION%20DEL%20INTENTO%20DE%20SUICIDIO%20%283%29.pdf>

11. Pérez Bullosa A. La Orientación en la Universidad: un análisis para la reflexión. Universidad de Valencia. 2013 [consultado el 22 de febrero de 2018]. Disponible en: http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/9688/CC_36_art_4.pdf?sequence=1
12. Uniquindio.edu.co Oficina asesoría. [internet] Quindío Zonas de orientación universitaria Zou: alternativas para la atención y mitigación del consumo. Universidad del Quindío. 2016. [Actualizado el 3 de marzo de 2016; consultado el 2 de febrero de 2018]. Disponible en: http://www.uniquindio.edu.co/publicaciones/zonas_de_orientaci%C3%B3n_universitaria_zou_alternativas_para_la_preveni%C3%B3n_y_mitigaci%C3%B3n_del_consumo_pub
13. Suarez Lugo N, Aguilar Rivero LA. VIH/SIDA: prevención y mercadeo social. Isla de la Juventud. Cuba. Rev. HS. [internet] 2014 [citado el 12 de mayo de 2018] vol. 13, no. 2 Disponible en: <http://ri.ujat.mx/bitstream/20.500.12107/2009/1/ew-48-19-A.pdf>
14. Dr Suarez Lugo N, Dr Hernandez Garnica C, Dr Cajan Villanueva M, Dr. Remoaldo PC, MSC Torres Serna C, Dr. Álvarez HR, et al. Conocimientos y actitudes hacia la mercadotecnia en salud en países de Iberoamérica. revista cubana de salud pública. [Internet] 2015 [citado el 12 de mayo de 2015] Disponible en: https://www.scielosp.org/scielo.php?pid=S0864-34662016000100012&script=sci_abstract&lng=en
15. Dra. García LH. Mercadotecnia social: una herramienta necesaria para la promoción de salud. Medisan [internet] 2014 [citado el 12 de mayo de 2018] Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1029-30192014000500012.
16. Dra. Góngora García LH, Dra. Escobar Yéndez NV, Dra. Herrero Aguirre H, Perst del Toro RT. Aplicación de la mercadotecnia social en los servicios y programas de salud en Santiago de Cuba. Medisan [internet] 2016 [citado el

- 12 de mayo de 2017] 20(4):487. Disponible en:
<http://www.medigraphic.com/pdfs/medisan/mds-2016/mds164i.pdf>
17. Torres Sena C. mercadeo de servicios de salud. [Internet] [citado el 12 de mayo de 2018] Disponible en: http://www.catorse-scscs.com/instituto/temas_apoyo/Mercadeo_servicios_salud.pdf
18. Castro M, Gómez X, Monestel P et al. Mercadeo Social en Salud: conceptos, principios y herramientas Costa Rica. Ministerio de Salud 1° ed. [internet] 2014 [Citado el 12 de mayo de 2018]. Disponible en: http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/red-icean/docs/Mercadeo%20Social%20en%20Salud%20PDF.pdf
19. Beltrán Acosta AR. Rodríguez Chavarro WO. El mercadeo de servicio en las instituciones de salud un enfoque desde la gestión de organizaciones. [internet] 2012 [Citado el 12 de mayo de 2018]. *Vol 8, No 15*. Disponible en: <http://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/1257/824>
20. Saludpereira.gov.co. [internet] plan de mercadeo empresa social del estado salud Pereira [internet] 2013 [Actualizado en Enero de 2013; consultado el 4 de mayo de 2018] Disponible en: <http://www.saludpereira.gov.co/documentos/plan%20de%20mercadeo%20actualizado.pdf>
21. Monferrer Tirado D. Fundamentos de marketing. [internet] 2013. [citado el 12 de agosto de 2018] disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>
22. Miguens GE. “estrategias de marketing digital y en redes sociales que aplican las agencias de viaje del centro de mar de la plata”. [internet]. Mar de la plata. 2016. [citado el 12 de agosto de 2018]. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/2505/1/miguens.2016.pdf>
23. Corporación surgir [internet]. Medellín, Colombia.corporacionsurgir.org. 02 de mayo del 2017. [actualizado en mayo 02 de 2017]; citado el 08 de septiembre de 2018].Disponible en: <http://corporacionsurgir.org/el-impacto-de-la-zona-de-orientacion-universitaria-en-la-udea/>

24. Camacho Ruiz MA. Fracaso escolar y abandono educativo temprano en Educación Secundaria Obligatoria: un estudio integrado. [internet] Huelva, 20 de mayo de 2016. [citado el 29 de septiembre de 2018] disponible en: http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/12684/Fracaso_escolar.pdf?sequence=2
25. MinSalud.gov.co. Lineamiento técnico y operativo ruta integral de atención para la promoción y mantenimiento de la salud [internet] 2018. [actualizado en Julio de 2018; citado el 29 de septiembre de 2018] Disponible en: [//www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/lineamiento-ruta-promocion-mantenimiento.pdf](http://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/PP/lineamiento-ruta-promocion-mantenimiento.pdf)
26. Mineducacion.gov.co. Ministerio de educación nacional dirección de calidad para la educación preescolar, básica y media subdirección de referentes y evaluación de la calidad educativa. [internet]. Bogotá. 2014. [Actualizado en 2014; citado el 29 de septiembre de 2018] disponible en: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-342767_recurso_nuevo_20.pdf
27. Parental permissiveness, control, and affect and drug use among adolescents. University of Santiago de Compostela. Pshicothema 2013, Vol. 25, No. 3, 292-29.[citado el 29 de septiembre de 2018] Disponible en: <http://unillanos.elogim.com:2066/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=9&sid=0ada533c-a737-4def-ba77-b0c05032014c%40sessionmgr4010>
28. Barbieri I, Trivelloni M, Zani B, Palacios Espinosa X. Consumo de sustancias psicoactivas en los contextos recreativos entre estudiantes universitarios en Colombia. Colombia. Rev. Cienc. Salud 2012; 10 (Especial): 69-86. [citado el 29 de septiembre de 2018] Disponible en: <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/revsalud/article/viewFile/2029/1785>
29. Portilla Velazco SJ. Zonas de Orientación Universitaria (ZOU) una posibilidad para tejer relaciones. Universidad Mariana, San Juan de Pasto, Nariño, Colombia, 2015. Revista Biumar. [citado el 30 de septiembre de 2018]

Disponible

en:

www.umariana.edu.co/ojseditorial/index.php/RevistaBiumar/article/.../1216/1241

30. Pineda S, Aliño M. Manual de prácticas clínicas para la atención en la adolescencia [Internet]. [citado el 30 de septiembre de 2018] Disponible en: http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/prevemi/capitulo_i_el_concepto_de_adolescencia.pdf

ANEXOS

Anexo A Folleto

¿QUE SERVICIOS TE OFRECE LA ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA?

1. Actividades de acogida.
2. Escucha activa.
3. Servicios de acompañamiento.
4. Servicios de atención
5. Asesoría de enfermería.
6. Dirección y orientación a psicología y medicina.
7. Capacitación de líderes universitarios

¡ Interactúa con nosotros ¡

Facebook ZOU Unillanos
Instagram ZOUNILLANOS
YouTube
Correo electrónico: zounillanos@gmail.com




UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD CIENCIAS DE LA SALUD
Parche Sano, Mente Sana
Zona de Orientación Universitaria
ZOUNILLANOS
www.unillanos.edu.co
Neil Martínez Echeverry



Universidad de los Llanos
ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIO (ZOU)
Parche sano, Mente sana

www.unillanos.edu.co

ZOUNILLANOS

La Zona de orientación universitaria son espacios conformados para y por la comunidad universitaria. Tiene como objetivo apoyar e informar a la comunidad universitaria acerca de problemáticas que se presentan en el entorno universitario.



¿Que problemáticas?

- * Consumo de sustancias psicoactivas (SPA).
- * Integración a la vida universitaria.
- * Habilidades sociales para la vida.
- * Salud sexual y reproductiva

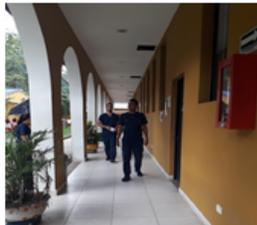
CONSUMO DE SUSTANCIAS PSICOACTIVAS

Se abordaran temas como:

- prevención de consumo
- Escucha activa
- Promoción de la salud

INTEGRACIÓN DE LA VIDA UNIVERSITARIA

- Métodos de estudio
- Relaciones sociales
- Integración



HABILIDADES SOCIALES PARA LA VIDA

- Autoconocimiento
- Empatía
- Comunicación asertiva
- Relaciones interpersonales
- Toma de decisiones
- Manejo de problemas y conflictos
- Pensamiento creativo
- Pensamiento crítico
- Manejo de emociones y estrés



Programa Enfermería

¿DONDE FUNCIONA LA ZONA?

A cargo de la docente Mónica García
Luz Mirian Tobón
Barcelona
San Antonio



ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA

En este espacio se ofrecen servicios y actividades de acogida, escucha activa, acompañamiento, atención, direccionamiento, asesoría de enfermería y asistencia a la comunidad universitaria.



interactúa con nosotros
En Facebook, Instagram
y Youtube como
ZOUNILLANOS

¡PARTICIPA!

PARCHE SANO, MENTE SANA

Anexo C Plotter



ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA **ZOU**

¿A QUIEN VA DIRIGIDO?



A toda la comunidad universitaria conformada por estudiantes, docentes, y administrativos.

¿QUE SE OFRECE?



Servicios y actividades de acogida, masochas iniciales, acompañamiento, atención, asistencia, capacitación y asesoría de enfermería.

¿QUE TEMAS SE TRATAN?



Como son de asistencia, psicoeducación, políticas de salud sexual y reproductiva, salud mental, proyectos de riesgo entre otros.

¿DONDE NOS ENCONTRAMOS?



En páginas de la universidad, plataformas virtuales, "postales" y en el programa radial "la voz que se habla".

¡INTERACTUA CON NOSOTROS!



Blogueo: ZOUNILLANOS
Facebook: ZOUNILLANOS
Instagram: ZOUNILLANOS

Anexo D Volante

LA ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA

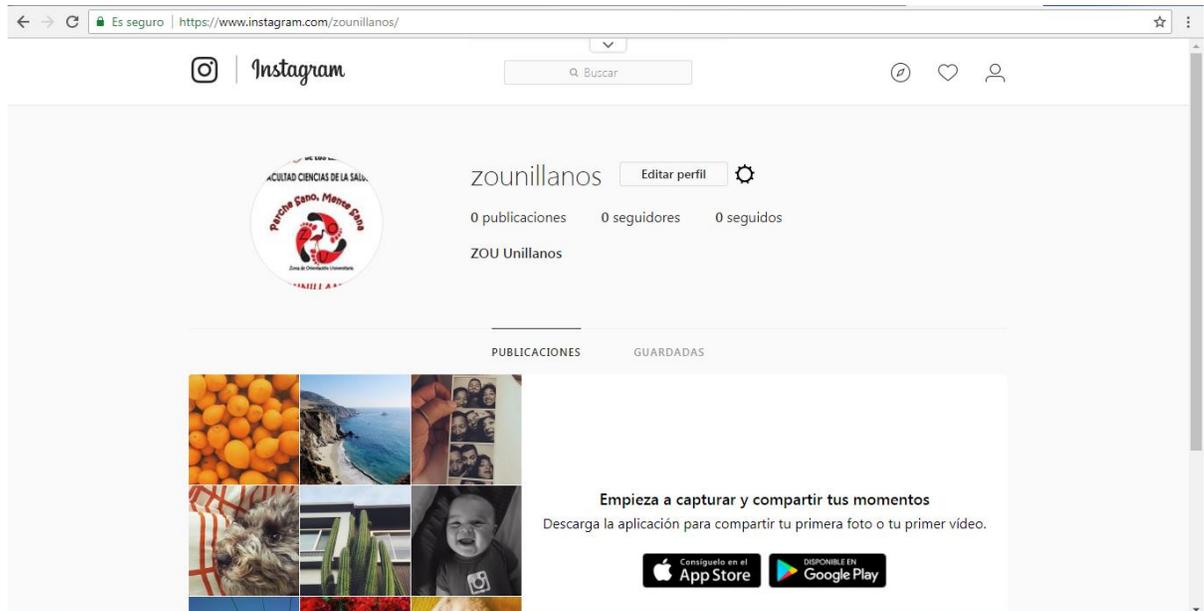


- Esta dirigida a toda la comunidad universitaria.
- Ofrece servicios y actividades de acogida, escucha activa, acompañamiento y otros.
- Se habla de consumo de sustancias psicoactivas, política de salud sexual y reproductiva, salud mental, métodos de estudio y otros.
- No es un espacio físico.
- La encuentras con los profesores, con estudiantes de últimos semestres y lideres, con administrativos.

**¿Quieres saber mas?
¡INTERACTUA CON
NOSOTROS!**

Blogger: ZOUNILLANOS
Facebook: ZOUNILLANOS
Instagram: ZOUNILLANOS

Anexo E Redes Sociales





UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD
PROGRAMA DE ENFERMERIA



Google

Gmail

REDACTAR

Principal Social Social +nuevos Facebook, Instagram Promociones

Recibidos Destacados Enviados Borradores Más

zou +

La pestaña Principal está vacía.
Aquí se muestran los mensajes que no aparecen en otras pestañas.
Si quieres añadir o eliminar pestañas, haz clic en la configuración de Recibidos.

zou unillanos zouunillanos@gmail.com Privacidad Mi Cuenta

Añadir cuenta Cerrar sesión

0 GB (0%) ocupados de 15 GB Administrar Condiciones - Privacidad Última actividad de la cuenta: hace 7 días Información detallada

No hay chats recientes Iniciar uno nuevo

Personas Chat Teléfono

Anexo F Blog



CONTENIDO
 Página principal
 Objetivo
 Propósito
 Zonas de Orientación Universitario (ZOU)
 ¿Que son las drogas?
 Mitos y realidades de las drogas
 ¿Que daños producen las drogas?
 Clasificación de sustancias psicoactivas (SPA)
 ¿Que son las drogas legales?

Objetivo

Divulgar conocimientos, orientar y resolver dudas acerca de todo lo relacionado en el consumo de sustancias psi-coactivas (SPA) entre los adolescentes y los jóvenes.



FUENTE: IMÁGENES GOOGLE

M D T F @

No hay comentarios:

Publicar un comentario



CONTENIDO
 Página principal
 Objetivo
 Propósito
 Zonas de Orientación Universitario (ZOU)
 ¿Que son las drogas?
 Mitos y realidades de las drogas
 ¿Que daños producen las drogas?
 Clasificación de sustancias psicoactivas (SPA)
 ¿Que son las drogas legales?

Zonas de Orientación Universitario (ZOU)



Fuente: Imágenes Google

La vida universitaria es una etapa que para muchos jóvenes marcará tanto su crecimiento personal como profesional, e implica no solo el acceso a una vida académica sino a otras maneras de relacionarse. Una vez los jóvenes culminan la educación básica e ingresan a la vida universitaria, el control del tiempo, el acompañamiento y la supervisión de los padres y otras figuras de autoridad disminuyen. También, se entra en contacto con otros grupos de edad, culturas urbanas, tendencias sociales, fiestas, eventos y otras realidades como las dinámicas de consumo de sustancias psicoactivas (SPA) en escenarios cotidianos o de esparcimiento (1)

Las Zonas de Orientación Universitaria (ZOU) es una propuesta basada en el modelo de Inclusión Social del consumidor de sustancias psicoactivas (SPA) aplicable también a otras situaciones, mediante las cuales se promueve la escucha activa, la acogida, la mediación, la organización, la orientación, el acompañamiento, la capacitación y la canalización o derivación de niñas, niños, jóvenes y adultos en vulnerabilidad social, de manera que se puedan establecer redes de apoyo, transformación de condiciones y generación de opciones más saludables a considerar en sus proyectos de vida.(2)

Anexo G Libreto programa radial

LA ZONA DE ORIENTACIÓN UNIVERSITARIA

1 Teresa Oyuela	Muy buenos días a los fieles oyentes de su programa sabatino "la corocora saludable". Hoy tenemos el gusto de estar aquí los estudiantes de enfermería de la universidad de los llanos, les habla Carolina Martínez y Teresa Oyuela nuestro tema a tratar el día de hoy es la zona de orientación universitaria.
2 carolina Martínez	Noticia: La Zona de Orientación Universitaria en la universidad de Antioquia generó estrategias que le permitieron sensibilizar a la comunidad académica sobre riesgos y daños del consumo de drogas, fortalecer programas y servicios de la Universidad, generar estrategias de inclusión social, y acompañar casos de consumidores de drogas que requieren el acceso a oportunidades de desarrollo social, o de satisfacción de necesidades básicas. ¹
1	Desde el día que se nace se necesita que personas con mayor información y experiencia en el proceso de la vida dirija, comprenda, acoja y oriente en el desarrollo de las actividades diarias, esto también sucede cuando se entra al colegio y vuelve a suceder en muchos escenarios de la vida, uno de los más importantes es la vida universitaria.
2	Los acontecimientos de la vida diaria, las características del ambiente, la información que en este ambiente circula, y la identificación de las personas del entorno llevan a los jóvenes y a la comunidad a adoptar ciertos hábitos, actitudes y aptitudes que pueden llevarlos o no a tomar buenas decisiones durante la vida en la universidad.

1	Debido a esto se puede decir que la vida universitaria es una etapa que para muchos jóvenes marcará su crecimiento personal como profesional, e implica no solo el acceso a una vida académica sino otras maneras de relacionarse, en este periodo hay una serie de cambios emocionales por los que pasan los adolescentes. ¹
2	Es por esto que durante la transición de la vida escolar a la vida universitaria es necesario que los estudiantes tengan un acompañamiento social y familiar para que logren encontrar un equilibrio y una base para poder resolver los obstáculos diarios y procesar los conocimientos de una manera adecuada.
1	Una vez los jóvenes terminan la educación básica secundaria e ingresan a la vida universitaria, el control del tiempo, el acompañamiento y la supervisión de los padres y otras figuras de autoridad disminuyen, entran en contacto con otro ambiente social que tienen ciertos riesgos que pueden llevar a la juventud al consumo de drogas. ¹
2	Existe un alto grado de exposición a las drogas durante la vida escolar y con el ingreso a la vida universitaria aumentan estos riesgos. Es por esto, que se crea la necesidad de apoyar a los jóvenes que recién ingresan a la universidad para prevenir el consumo de drogas y para mitigar el impacto en el desempeño académico y la vida de los jóvenes en general. ¹
1	La capacidad de adaptarse al entorno universitario no depende solo de la adquisición de información y conocimiento, sino también del desarrollo de competencias y habilidades que pueden ayudar a que el individuo se regule frente a las exigencias actuales.
2	Comprender cómo integrar habilidades, conocimientos, experiencias y actitudes a la cotidianidad estudiantil puede disminuir los factores de riesgo de los estudiantes frente a la forma de

	comunicarse, de buscar apoyo oportuno, utilizar recurso y adaptarse a las dinámicas de la cotidianidad de la universidad.
1	En este sentido, este problema que se presenta en el medio universitario plantea un reto para las universidades en donde se hace necesaria la implementación de una estrategia territorial operativa y académica de trabajo, que lleve a la participación y trabajo de la comunidad para intervenir en situaciones socialmente relevantes fuera de las aulas
2	Por esta razón, desde el marco de la política nacional para la reducción del consumo de sustancias psicoactivas y su impacto, se crea la zona de orientación universitaria como una estrategia de trabajo grupal desde la participación social y la participación diferentes actores en la comunidad universitaria ¹
1	La zona de orientación universitaria son un conjunto de procedimientos orientados a generar un espacio amigable con las comunidades universitarias donde se establece de manera directa o indirecta servicios y acciones de acogida, escucha activa, acompañamiento y otros servicios que se ofrece a toda la comunidad que hace parte de las universidades. ²
2	La zona de orientación universitaria no son un espacio físico determinado, no son una terapia, no son rehabilitación, no se limitan a un lugar u oficina de atención, no son lugar de exclusión social, no son un lugar para tratamiento exclusivo de las drogas y no es una manera de validar el consumo en la comunidad universitaria. ¹
1	Vox populi: hoy le preguntaremos a la comunidad. ¿Sabe usted que es la zona de orientación universitaria? Después de haber oído los valiosos aportes de los oyentes en relación con el tema del día continuaremos hablando de la zona de

	orientación universitaria para conocer más sobre esta estrategia que es muy útil para la comunidad universitaria
2	Hacen parte de la zona de orientación universitaria las familias, funcionarios, servicios generales, docentes, egresados, estudiantes y además actores de la comunidad aledaña a las instituciones como tenderos, vendedores informales entre otros, así mismo grupos institucionales como alcaldías locales, comités departamentales y secretarías. ³
1	La implementación del modelo Zona de Orientación Universitaria busca generar en todos los participantes un impacto positivo, por el cual se potencialice la articulación y generación de nuevas dinámicas de expresión, de participación, y sobre todo, de auto-reconocimiento. ³
2	Entre otras acciones, la zona de orientación universitaria, busca entregar información a la universidad académica sobre reducción de riesgo de consumo de drogas y sensibilizar para que los daños y riesgos sean mínimos trabajando conjuntamente para generar oportunidades de desarrollo social en la población consumidora.
1	La zona de orientación universitaria también remite a los consumidores de drogas a instituciones que pueden apoyarlos en acceso a necesidades básicas y/o tratamiento para la superación del consumo de drogas y también genera acompañamiento familiar, escolar y comunitario, para orientar a la comunidad en caso de consumo de drogas ¹
2 Entrevista al experto	El día de hoy tenemos a dos expertos en la estrategia Zona de Orientación Universitaria; a la Doctora Juana Bernal García Psicóloga con maestría en sistemas y recursos humanos quien trabaja hace 10 años con población vulnerable, en instituciones educativas, en entidades del estado; en temas de violencia, víctimas

	<p>de violencia del conflicto armado colombiano, víctimas de reclutamiento, en temas con población vulnerable en servicios de salud.</p> <p>También nos acompaña Jaime Cortez quien es Ingeniero de profesión con especialización en gerencia de finanzas y magister en intervención de sistemas humanos, quien trabaja en el área de la salud hace 20 años, quien se dedica a la consultoría organizacional en el área de la salud quien expone que su objetivo es ser mejor ser humano a través del dialogo con las personas.</p>
1 Pregunta 1	¿Qué haría usted si un estudiante que consume drogas le pide ayuda?
2 Pregunta 2	¿Cuál es el papel del docente en la zona de orientación universitaria?
1	Agradecemos a nuestros expertos por su aporte al desarrollo del tema, más adelante tendremos el gusto de contar nuevamente con sus intervenciones por lo tanto continuaremos conociendo sobre la zona de orientación universitaria
2	La zona de orientación crea espacios sociales de interacción donde las personas en situación de fragilidad y exclusión social comparten sus experiencias de vida, conocimientos, dudas, necesidades y ansiedades relacionadas con su cuidado y su bienestar físico y mental. ⁴
1	Estas actividades están orientadas a promover cambios en el estilo de vida de las personas, a canalizar a la comunidad hacia los servicios de salud y a acompañar en las rutas atención, por lo tanto son la puerta de entrada a procesos que lleven a la comunidad universitaria a empoderarse de su situación de salud y el de su entorno. ⁵

2	Esta estrategia busca generar capacidades individuales y colectivas en la comunidad para enfrentar situación que ponga en peligro la integridad de la salud de las personas, generando procesos reflexivos, Incluye la capacitación y entrega de herramientas que lleven a los jóvenes a participar en procesos de promoción de la salud. ⁶
1	En este espacio se procura desarrollar y fortalecer habilidades para la vida, además de brindarles herramientas para que puedan tener éxito en sus estudios universitarios, con el propósito de que no abandonen su formación académica; es de notar que estos espacios son de asistencia voluntaria y tienen flexibilidad en los horarios.
2	Se considera que las temáticas que allí se ofrecen son innovadoras y suplen las expectativas de los estudiantes, pues se diseñan pensando en el día a día de los jóvenes, en sus falencias y necesidades académicas y así lograr impulsar sus aptitudes y fortalezas. A continuación seguimos con más preguntas a nuestra experta invitada. ⁷
1 Pregunta 3	¿Cree usted que es importante que las universidades acojan la estrategia ZOU? Y porque?
2 Pregunta 4	¿Cuál cree usted que es el papel de los estudiantes en la estrategia ZOU?
1 Pregunta 5	¿Cómo debería manejarse la ZOU a nivel nacional?
2	Agradecemos a nuestra experta por su aporte en el conocimiento y desmitificación acerca de la zona de orientación universitaria, esperamos contar con su participación en una pronta ocasión. Continuamos con nuestro programa

1	Uno de los objetivos más importantes es desarrollar en la comunidad universitaria inteligencia emocional pues si logran entender y controlar sus estados de ánimos, sus pensamientos, sentimientos y emociones, pueden manejar mejor las demás situaciones que se les presente en la vida cotidiana del entorno universitario. ⁸
2	Las Zonas de Orientación Universitaria, como ya lo habíamos mencionado antes, lo conforman estudiantes de varios programas académicos quienes tienen como objetivo apoyar a sus pares en diferentes problemáticas que se les presenten en su vida universitaria como: consumo de drogas, comienzo de una vida sexual activa, entre otras.
1	Toda profesión se distingue por la función que socialmente se le atribuye y por lo que tienen que realizar quienes allí se desempeñen. Esto implica tener ciertas habilidades de cada profesión. Para el caso de los profesores, estas habilidades corresponden al conjunto de conocimientos y procedimientos necesarios para practicar la profesión y ejercer el rol docente ⁹
2	Por esto el papel del docente como profesional de la educación, en la zona de orientación universitaria, va más allá de dar conocimientos a sus estudiantes, el docente tiene la capacidad y habilidad de comprender, atender, dirigir y resolver todas las inquietudes y todos los obstáculos que se le presenten a los estudiantes en la vida universitaria, social y familiar. ⁹
1	La función del docente también comprende actividades de orientación estudiantil y atención a la comunidad, actividades de participación activa en la planeación y la evaluación institucional. De igual manera están otras acciones como lo son la realización de actividades formativas, culturales, deportivas y de ocio.

2	La comunidad en general como padres de familia, administrativos, personal de aseo; entre otros, cumplen con la función de orientar y apoyar a los estudiantes para que se dirijan a bienestar institucional y desde allí apoyarlos y orientarlos a tomar mejores decisiones, a solucionar problemas y desarrollar aptitudes y actitudes en pro del fortalecimiento personal.
1	El acompañamiento de la ZOU se realiza a través de la capacitación por parte de estudiantes de últimos semestres, a los estudiantes de primer semestre en el horario de acompañamiento sobre las sustancias psicoactivas como el alcohol, el tabaco y la marihuana y las consecuencias que esto puede traer tanto para la vida familiar como para la vida universitaria.
2	La estrategia Zona de Orientación Universitaria (ZOU) son un proceso complejo que se desarrolla en diversos territorios de nuestro país y que La Universidad de los Llanos, ha decidido aceptar el reto de desarrollar esta propuesta de construcción colectiva de conocimiento a partir de un diagnóstico en el que participa toda la comunidad ¹⁰
1	El consumo de SPA según un estudio realizado en la Universidad de los Llanos es prevalente entre los estudiantes siendo el alcohol el que con más frecuencia se consume con un 95,84%, la marihuana, por otro lado, es consumida en un 15,19% mientras que el tabaco tiene una prevalectía de 19,26%, sustancias como la cocaína es consumida en un 2,19%. ¹¹
2	Debido a que el consumo de estas sustancias entre la población joven genera problemáticas tales como: deserción o expulsión estudiantil y familiar; estigmatización y discriminación del individuo o del grupo; conflictos y maltrato intrafamiliar, resulta pertinente la

	implementación de la ZOU para hacer que la academia se convierta en un espacio protector y sanador
1	Es por esto que encontramos la importancia de dar a conocer a la comunidad en general acerca de la Zona de Orientación Universitaria con el fin de que se encuentre en la universidad un apoyo incondicional a toda su población estudiantil
2	Se considera que la importancia de que los docentes, administrativos, y estudiantes universitarios conozcan la estrategia radica en encontrar un apoyo desde una mirada humana, cercana, acogedora y propositiva. De esta manera se brinda una ruta de atención a todos los individuos de la comunidad universitaria que requieran el servicio.
1	La implementación de la estrategia ZOU en la universidad de los Llanos no solo conlleva al reconocimiento a nivel Nacional, Departamental y Municipal sino que además fortalece los procesos de ayuda y acompañamiento en las prácticas de promoción de la salud, prevención, mitigación y autorregulación de los consumos de drogas.
2	La estrategia Zona de Orientación Universitaria es un proyecto avalado institucionalmente por el Consejo Académico de la Universidad de los Llanos, fue presentado al consejo académico y avalado para su desarrollo mediante acto administrativo con el acta de fecha mayo 2 de 2017. ¹²
1	Esta Aval permite el desarrollo de cada una de las actividades dirigidas a las y los adolescentes y jóvenes programadas semestre a semestre en el recinto universitario, permite además el trabajo con las redes Comisión Interamericana contra el abuso de las drogas (CICAD-OEA) la Confederación de adolescencia y juventud de Iberoamérica y el Caribe (CODAJIC), ¹²

2	Además, este aval también permite la planeación y desarrollo de eventos de educación continua y extensión, la consolidación de convenios interinstitucionales, la proyección de intercambios internacionales de docentes y de estudiantes, entre otros; que buscan ofrecer una calidad universitaria del mejor nivel para todos los que conforman la comunidad Unillanista. ¹²
1	<p>Tips educativos:</p> <ul style="list-style-type: none">● La ZOU busca Activar y socializar la ruta de atención institucional.● La ZOU busca Sensibilizar e informar a la Comunidad Universitaria acerca de los temas de interés.● La estrategia ZOU nace en la universidad de los Llanos como mecanismo de intervención dando respuesta a los hallazgos obtenidos del proceso investigativo interno sobre el consumo de sustancias psicoactivas.● Las ZOU es una herramienta que se viene construyendo desde el año 2009 en Colombia● El reconocimiento por parte de las comunidades universitarias de la asociación entre consumo de SPA con situaciones de bajo rendimiento académico y dificultades de adaptación a la universidad.● La estrategia ZOU busca que las universidades conozcan una posibilidad de abordaje desde el modelo de la inclusión social.● La ZOU busca que la comunidad universitaria las posibles tensiones y estrés que se presentan en la vida universitaria,● La ZOU invita a ajustar las políticas administrativas de cada universidad implementando estrategias de prevención y promoción de la salud

	<ul style="list-style-type: none">● La ZOU busca Ampliar los escenarios de conocimiento que permitan ahondar en el tema de drogas, uso y servicios de atención● la ZOU busca disminuir la vulnerabilidad hacia el consumo interviniendo en todos los aspectos de la vida de los jóvenes universitarios.● la ZOU busca mitigar el impacto del consumo entre los estudiantes y la demás comunidad universitaria.● La ZOU busca crear estrategias para que a nivel local se garantice el servicio adecuado y oportuno para la comunidad universitaria.● La ZOU busca desarrollar en la comunidad universitaria la empatía, el pensamiento creativo, la comunicación asertiva y las buenas relaciones interpersonales● Los grupos de población de mayor vulnerabilidad al consumo son la Población escolarizada de 5 a 18 años, no escolarizada de 7 a 26 y universitaria de 19 a 26 años● Los centros de escucha buscan crear y promover relaciones y vínculos desde confianza en la realidad de nuestros límites.● La ZOU busca desarrollar en la comunidad el pensamiento crítico, manejo de problemas y conflictos y manejo de emociones y sentimientos.● La educación en Habilidades para la Vida persigue mejorar la capacidad para vivir una vida más sana y feliz, intervenir sobre los determinantes de la salud y el bienestar.● La educación en Habilidades para la Vida es un componente central de la calidad de la educación y del aprendizaje a lo largo de la vida
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"> • La empatía es una capacidad innata de las personas que permite tender puentes hacia universos distintos al propio, para imaginar y sentir cómo es el mundo desde la perspectiva de la otra persona.
2	La universidad de los Llanos desde el año 2009 ha venido implementando actividades de recreación y ocupación del tiempo libre con el fin de que la comunidad universitaria mejore su calidad de vida y afronte los retos del día a día en el desarrollo de la vida en la universidad.
1	Los estudiantes de la universidad de los Llanos que dan información y educación respecto a los temas de interés antes tienen capacitación con expertos en estos temas para transmitir esta información de una manera adecuada y oportuna a los demás estudiantes y a la comunidad académica en general.
2	La información acerca del consumo de drogas, sus consecuencias a corto y largo plazo, sus repercusiones individuales, familiares y sociales, la maneja todos los docentes de la universidad al igual que administrativos y estudiantes líderes de la universidad como ya lo habíamos mencionado. ¹⁵
1	Para la Universidad de los Llanos y el programa de enfermería es relevante apoyar el trabajo de proyección a la comunidad académica por parte de los estudiantes, pues fortalece a la formación y se impacta en situaciones de salud propias de la población estudiantil adolescente y joven del recinto universitario.
2	La Universidad de los Llanos por medio de la ZOU promueve la escucha activa, la acogida, la mediación, la organización, la orientación, el acompañamiento, la capacitación y la canalización o

	derivación de jóvenes y adultos en vulnerabilidad social con riesgo al consumo de drogas y otras situaciones de daño personal, familiar y social. ¹⁴
1	La implementación de la Zona de orientación universitaria en la universidad de los llanos comienza por el desarrollo de acciones de movilización de redes institucionales y comunitarias para la incidencia política pública que visibilice los servicios e intervenciones de las Zonas de Orientación y los Centros de Escucha. ¹⁴
2	La universidad de los Llanos por medio de la ZOU hace un seguimiento a todos los estudiantes en situación vulnerable con el fin de seguir el proceso de apoyo con ellos y así lograr que los estudiantes acojan estilos y estrategias de vida para mejorar su calidad de vida estudiantil y social. ¹⁴
1	La universidad de los Llanos busca que los estudiantes, docentes, administrativos y demás comunidad académica tenga un balance en sus estilos de vida individuales y grupales que busca reforzar y obtener por medio de la estrategia ZOU. ¹⁴
2	Novedades: A pesar de que la Zona de Orientación universitaria es una estrategia relativamente nueva muchas universidades han acogido esta propuesta ya que promete una solución permanente a través del tiempo para el mejoramientos de la situación que atraviesan los adolescentes durante su paso por la vida universitaria entre estas universidades a parte de la Universidad de los Llanos encontramos: La universidad Mariana de Pasto, la corporación surgir de Medellín, la universidad del Quindío, la universidad autónoma de Manizales, la universidad del caldas, la universidad de Antioquia; entre otras.

1 Despedida	Queridos oyentes, hemos llegado al final del programa, muchas gracias por su atención y fiel sintonía todos los sábados a las once de la mañana, los esperamos en una próxima emisión; recuerden que somos estudiantes del programa de enfermería, de octavo semestre; bajo la dirección de las docentes Luz Marina Clavijo y Mery Luz Valderrama. Les deseamos un excelente día y buen fin de semana.
----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo H Evidencias del plan de acción







