

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b>
		<b>PÁGINA: 1 de 23</b>

## PLAN DE COMUNICACIONES

### 1. PRESENTACIÓN:

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal es una Empresa Social del Estado, prestadora de servicios de salud en el Municipio de Zarzal Valle del Cauca, que día a día busca satisfacer las necesidades de los usuarios, familiares y grupos de interés, transformando y brindando una atención de calidad y humanizada.

Para dar certeza de transparencia, facilitar el acceso a la información tanto del cliente interno como el externo y crear una interacción y una comunicación bidireccional entre los usuarios y el personal de salud se requiere de un plan estratégico de comunicaciones, donde cada una de las estrategias esté guiada al cumplimiento de los objetivos misionales de la institución, utilizando como herramienta la política de gobierno digital y el modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del estado (MCPOI) y el modelo integrado de planeación y gestión (MIPG).

El plan estratégico de comunicaciones del Hospital Departamental San Rafael de Zarzal E.S.E. está diseñado para el fortalecimiento de la imagen corporativa y el posicionamiento de la misma tanto interna como externamente. En este orden de ideas la Oficina de Prensa y Comunicaciones del Hospital debe asumir un rol importante que, mediante acciones efectivas de estrategia comunicacional, le permitan a la institución dar a conocer las actividades desarrolladas.

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal, busca por medio del plan estratégico de comunicaciones, generar una comunicación oportuna, eficiente, veraz, de transparencia y de interés común, tanto interno, como externo.

### 2. ANÁLISIS DOFA:

El análisis D.O.F.A ayuda a identificar la posición de los procesos de comunicación en la institución, además apoya la elaboración de estrategias para mejorar e implemendar el Plan Estrategico de Comunicaciones. Cada una de las características que se presentan a continuación fueron identificadas en un análisis realizado por medio de un diagnostico con el público tanto interno como externo, buscando así mejorar la comunicación de la institución.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 2 de 23</b>

#### Debilidades:

- El Hospital Departamental San Rafael no cuenta con un equipo de comunicaciones que apoye los procesos de comunicación interna y externa.
- El Hospital no tiene enlaces con medios de comunicación, ni cuenta con contenido de interes para los usuarios y trabajadores.
- El Hospital no fortalece los canales y procesos de comunicación para mejorar la atención al publico

#### Oportunidades:

- El Hospital Departamental San Rafael al contar con recursos necesarios para los procesos de comunicación, como los medios por los cuales se debe informar y el personal para crear contenido, se puede brindar información institucional clara, de interes común y que sirva de apoyo o distracción para el público.
- Crear una comunicación bidireccional entre el personal y la oficina de comunicaciones para obtener la información de primera mano e inmediata.

#### Fortalezas:

- La implementación y creación de la oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.
- La creación de plan de capacitaciones, que buscan mejorar el dialogo y la relación médico – paciente.
- Se cuenta con un buen grupo de Talento Humano que busca mejorar el ambiente laboral.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 3 de 23</b>

Amenazas:

- La carencia de una identidad e imagen institucional consolidada, esto no permite que los usuarios y los públicos en general tengan reconocimiento de la institución.
- No cuenta con los medios de comunicación necesarios para mantener informada a la población.
- La información del Hospital se crea como rumores mas no oficial y crea desinformación entre los diferentes públicos.

### 3. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el plan de comunicaciones que incluya estrategias para el cumplimiento de los objetivos institucionales y que facilite el acceso de la información al usuario y al personal, buscando mejorar la imagen, la cultura y la comunicación de la institución, orientado al cumplimiento de principios como el derecho a la información, publicidad y transparencia.

#### 3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mantener informados a los usuarios y trabajadores sobre las actividades ejecutadas en la institución, buscando la transparencia y facilidad al acceso de la información, para mejorar la imagen, el sentido de pertenencia y la credibilidad del Hospital.
- Estandarizar los canales de comunicación.
- Crear el modelo de identidad corporativa para que cada usuario y público de nuestras redes sociales identifique al Hospital y haga buen uso de este.

### 4. ALCANCE

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal crea un plan estratégico de comunicaciones con dos enfoques:

- Comunicación organizacional o comunicación interna y comunicación informativa o comunicación externa, para que llegue a todos los trabajadores y usuarios del

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 4 de 23</b>

Municipio de Zarzal y de sus alrededores y así lograr un mejoramiento en la comunicación de la institución.

- Utilización de medios de comunicación masivos alternos, internos y digitales, para así lograr llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles, que tengan facilidad para el acceso a la información y mayor claridad de las actividades y los servicios que se prestan en la institución.

## 5. ANTECEDENTES

### MODELO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA ORGANIZACIONAL E INFORMATIVA PARA ENTIDADES DEL ESTADO (MCPOI)

El MCPOI es un apoyo para las comunicaciones, que ofrece herramientas para mejorar y direccionar la comunicación pública; este modelo parte de un diagnóstico que arroja situaciones problema, las cuales se tienen que solucionar con estrategias.

El modelo cuenta con dos campos de acción fundamentales, que son la comunicación organizacional (interna) que busca la unión de los colaboradores, para generar una buena imagen ante los usuarios y brindar credibilidad, y la comunicación informativa (externa), es la que busca la transparencia de la institución, la que muestra todo lo que se hace internamente por el bien de los usuarios y de los trabajadores.

### MODELO INTEGRADO DE PLANEACION Y GESTION (MIPG)

El MIPG a través de la dimensión propuesta INFORMACION Y COMUNICACIÓN en el componente de Política de transparencia y acceso a la información pública y lucha contra la corrupción, mide la capacidad de la entidad pública de mantener un adecuado flujo de información interna y externa, gestionar eficazmente los documentos que la soportan y mantener canales de comunicación acordes con sus capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 5 de 23</b>

## 6. ÁREA DE COMUNICACIONES

La comunicación es la unión que se busca tener entre los grupos de interés y la organización, es darle un orden a los mensajes que se quieran transmitir desde la institución, gestiona la proyección de la identidad, la imagen y la cultura organizacional, todas las estrategias que se generen desde el área de prensa y comunicaciones deben estar ligadas a la misión, visión y objetivos de la institución.

### 5.1 Funciones del área de comunicación y prensa.

- Asesorar a las áreas al crear mensajes de difusión, para cumplir con la identidad corporativa.
- Apoyar el diseño y elaboración de piezas gráficas y de texto, de los mensajes que se quieran enviar.
- Apoyar actividades, reuniones, eventos, programas, entre otros, para generar información y realizar difusión de estos.
- Realizar seguimiento y evaluación a la comunicación interna.
- Realizar seguimiento a la cobertura e impacto de las redes sociales
- Socializar el plan estratégico de comunicaciones, así los ciudadanos, usuarios y trabajadores tendrán un panorama amplio de cómo se ejecutará el proceso de comunicaciones en la institución.

## 7. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

El plan estratégico de comunicaciones nace por una necesidad de crear orden y planificación, para usar y mostrar todos los recursos y servicios con los que cuenta la institución, además apoya la elaboración y los medios por los cuales se debe transmitir el mensaje que se quiere dar a conocer a los usuarios y grupos de interés. El plan estratégico de comunicaciones, crea lineamientos importantes para lograr alcanzar los objetivos misionales de la institución, una de las estrategias principales es la conformación del comité de comunicacioens.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b>
		<b>PÁGINA: 6 de 23</b>

## 7.1. DIAGNOSTICO DE LA COMUNICACIÓN:

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal bianualmente realizará una encuesta de los canales de comunicación de la institución, con el fin de identificar aspectos que le permitan mejorarlos y crear un mayor impacto tanto interna, como externamente.

## 7.2. POLÍTICAS GENERALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN:

### 7.2.1 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA:

En el Hospital Departamental San Rafael de Zarzal se busca generar un buen trabajo en equipo, sentido de pertenencia, cultura organizacional y además generar una buena imagen de la institución. Los canales de comunicación institucional logran que internamente todos los funcionarios enterados de las situaciones que se presentan en la institución, para así obtener información unificada y lograr los objetivos misionales y transmitir la información adecuada y pertinente a todos los grupos de interés.

Los canales de comunicación utilizados internamente son:

#### **Cartelera informativa para funcionarios:**

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal, cuenta con cartelera informativa para los funcionarios, la información publicada en las carteleras será verificada por el área de comunicaciones mensualmente y será retirada una vez cumpla la vigencia con el fin de que la información este actualizada.

En las carteleras informativas se publicará información corta y precisa, especialmente la que está relacionada con eventos y actividades que será aprobada para publicación única y exclusivamente por el área de comunicación y prensa y para ello se deberá realizar la solicitud correspondiente.

#### **Correo electrónico institucional:**

Es un medio de difusión tanto interno como externo, muy importante, ya que permite que los mensajes lleguen con gran rapidez, fluidez y efectividad, permitiendo llegar con gran impacto a todos los trabajadores de la institución y es importante tener en cuenta que:

- Solamente se podrán crear cuentas de correo electrónico con los nombres de las dependencias, no se autoriza la creación de cuentas de correo con nombres personales.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>		<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b>
		<b>PÁGINA: 7 de 23</b>

- *Usuarios y custodia de claves de correo:* Las cuentas de correo electrónico son asignadas a los jefes de dependencia, quienes podrán delegar su administración a quien ellos consideren, por tal motivo deberán garantizar la custodia de las claves de acceso de las cuentas de correo electrónico y serán responsables de su uso.
- *Usos autorizados y responsabilidad de los usuarios:* Los Jefes de dependencia como responsables de las cuentas de correo deben llevar a cabo las acciones necesarias para que las cuentas de correo solamente sean utilizadas para asuntos institucionales. De ninguna manera se autoriza su uso para fines personales o particulares.
- *Atención de PQRSF (Peticiónes, quejas, reclamos, sugerencias o felicitaciones):* recibidas en correos institucionales. De conformidad con el inciso 3, artículo 6 de la Ley 962 de 2005 que dispone lo siguiente: “Toda persona podrá presentar peticiones, quejas, reclamaciones o recursos, mediante cualquier medio tecnológico o electrónico del cual dispongan las entidades y organismos de la Administración Pública”. Por lo tanto todas las PQRSF recepcionadas deben ser redireccionadas al área de SIAU para que lidere el trámite correspondiente.

*Se prohíbe expresamente usar el correo institucional para los siguientes propósitos:*

- Se prohíbe a los usuarios borrar los correos enviados y recibidos, salvo cuando se cuente con una copia de seguridad de la correspondencia considerada importante.
- Enviar mensajes cuyos contenidos sean contrarios a las disposiciones del orden público, la moral, las buenas costumbres y los usos y costumbres aplicables en Internet, y el respeto de los derechos fundamentales de las personas.
- Se prohíbe el envío con contenido ilegal por naturaleza (todo el que constituya complicidad con hechos delictivos). Ejemplos: apología del terrorismo, programas piratas, pornografía infantil, amenazas, estafas, virus o código hostil en general.
- Se prohíbe el envío de mensajes masivos que comprometan la reputación u honra de la organización o de alguno de sus miembros.
- Se prohíbe el envío de un alto número de mensajes por segundo que tenga el objetivo de dificultar o paralizar el servicio de correo electrónico ya sea por saturación de las redes, de la capacidad de CPU del servidor u otro.
- Se prohíbe a los usuarios activar opciones en el correo que comprometan o generen para la entidad el pago de una obligación monetaria.
- Se prohíbe a los usuarios y funcionarios de la entidad inscribir en formularios, suscripciones o adquisición de productos o servicios externos las cuentas de correo electrónico institucional, la entidad no asumirá ninguna responsabilidad de este tipo y tampoco está obligada a dar ningún tipo de respuesta a los solicitantes de servicios o suscripciones no autorizadas.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 8 de 23</b>

- No está permitido enviar mensajes en cadena, no hace parte de las funciones de la entidad promover acciones de este tipo y se hace un uso ineficiente del recurso.
- Se prohíbe falsificar encabezados de correos electrónicos, utilizar nombres de dominio que sean inválidos o inexistentes, u otras formas engañosas de enviar correo electrónico.
- Se prohíbe personificar o intentar personificar a otra persona a través de la utilización de encabezados falsificados u otra información personal.
- Se prohíbe usar herramientas o aplicaciones informáticas dudosas que clonen o suplanten las cuentas de correo institucional.

*Entrega de correos por renuncia o reemplazo en el cargo:* Los Jefes de dependencia que son los usuarios responsables del manejo de los correos institucionales deben hacer entrega por escrito en caso de dejar su cargo, a su sucesor o al jefe del área de sistemas el usuario y contraseña del correo electrónico asignado. Recuerde que está prohibido borrar el contenido del correo antes de hacer la entrega. Tenga en cuenta que el correo electrónico institucional es un activo de información de la entidad y la información que se almacena en estas cuentas no se considera confidencial o reservado, pero no es de dominio público.

*Recuperación de claves de correo electrónico:* Esta función está a cargo del área de sistemas, la solicitud deberá hacerse por escrito dirigida al jefe de dependencia, con firma del usuario asignado (Jefes de area).

### **Whatsapp:**

Es un medio de inmediates, que permite una comunicación bidireccional en segundos, en la institución se tienen grupos de whatsapp donde diariamente se informa a los trabajadores de lo que se está realizando en la institución; sin embargo, es importante respetar ciertas reglas básicas de conducta, y compartirlas cada vez que alguien nuevo se incorpora a un grupo. Con ellas, se evitarán malentendidos, enojos y discusiones innecesarias

1. Respetar el propósito del grupo de Whatsapp: Hay que ser lo más específico posible. ¿Se va a usar para urgencias? ¿O para comunicarse con las personas que trabajan de manera remota? Sin este punto, la cantidad de mensajes enviados por día puede volverse inmanejable.

2. Establecer horarios de comunicación: Se establecerá el mismo horario de la jornada laboral, a menos que se trate de una urgencia, evita enviar mensajes a los colaboradores por la noche o durante los fines de semana.



	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b> <b>VERSIÓN: 1</b> <b>FECHA: 21/09/2020</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 9 de 23</b>

3. No enviar memes, noticias e imágenes personales: Esta información solo va a lograr distraer a los integrantes del grupo.

4. No enviar información no verificada: Evita difundir noticias o hacer preguntas sobre algo que podría no ser real, y que solo provocará alarma.

5. Participa: Revisa periódicamente la información compartida en el grupo, responde las preguntas que te involucran (directamente a la persona que la hizo, para evitar la confusión) y haz comentarios que puedan sumar algún punto de vista útil.

6. Sé claro: La comunicación escrita puede dar lugar a muchas confusiones o malas interpretaciones. Cuando envíes un mensaje, usa frases cortas y palabras claras, y sé lo más específico posible.

7. No hagas comentarios inapropiados.

8. Evita los emojis: El problema de estos íconos es que pueden dar lugar a malas interpretaciones y hacerte ver poco profesional. Si no quieres perder tiempo en explicaciones adicionales, usa palabras.

9. Cuando las cosas se pongan delicadas, manéjalas fuera del grupo: Si surgió un problema grave y el responsable no está dando las respuestas que necesitas, llámalo a tu oficina o habla con él por teléfono. Y avísale al grupo que así lo vas a hacer. Evita exponerlo en público con un reclamo o quejas sobre su trabajo.

10. No envíes archivos o imágenes demasiado grandes: Eso solo logrará saturar la memoria de los celulares o consumir demasiados datos del plan de Internet de tus empleados.

### **Campañas, actividades y eventos internos:**

La oficina de comunicaciones siempre estará acompañando los eventos realizados internamente por la institución, de acuerdo a la necesidad de cada área. Se realizará un

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 10 de 23</b>

acompañamiento tanto logístico como digital, para transmitir el mensaje oportunamente y con creatividad.

Uno de los eventos más importantes y que el área de comunicaciones acompaña en un 100% es la Rendición de Cuentas y Audiencia pública, lo que representa que esta actividad tenga prioridad de intervención respecto a otras actividades o eventos internos.

### **Boletines internos:**

Los boletines se realizarán digitalmente y serán estrictamente creados para informar a los trabajadores sobre temas institucionales y temas de interés común y esparcimiento, se tratarán temas como: capacitaciones, eventos que se realizaran o en los que hará parte la institución, reuniones importantes, ingreso de personal, visitas importantes, reconocimientos por la mejora o efectividad del personal, campañas internas, cumpleaños, felicitaciones, además temas que sean interés tanto para los trabajadores como para sus familias, como consejos para el hogar, psicología infantil y de pareja, actividades de relajación, concentración o de pasa tiempos como crucigramas, sopa de letras y temas de humor, el boletín de publicara quincenal o mensualmente, según la información a publicar.

### **Reuniones internas:**

Es un medio por el cual se realiza socialización al personal, se toman decisiones y se capacitan a todos los trabajadores de la institución, este medio será liderado exclusivamente por cada jefe de área.

## **7.2.2 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA:**

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal, informará de manera oportuna, veraz y transparente todo lo relacionado con salud, servicios, actividades y proyectos que se llevan a cabo en el Hospital, con el fin de satisfacer las necesidades educativas e informativas de nuestros grupos de interés y la comunidad en general.

Los canales y herramientas utilizados para transmitir estos mensajes son:

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b> <b>VERSIÓN: 1</b> <b>FECHA: 21/09/2020</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 11 de 23</b>

### **Cartelera informativa para usuarios:**

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal, cuenta con cartelera informativa para los usuarios, la información publicada en las carteleras será verificada por el área de comunicaciones mensualmente y será retirada una vez cumpla la vigencia con el fin de que la información este actualizada.

Estas carteleras contienen información relacionada principalmente con la prestación de los servicios, horarios de atención y las actividades que se llevarán a cabo.

No se publicarán fotocopias en estas carteleras y no se incluirá información institucional porque esto puede confundir a los usuarios.

La información que se requiera publicar a los usuarios será aprobada única y exclusivamente por el área de comunicaciones y para ello se deberá realizar la solicitud correspondiente.

### **Buzones de sugerencias:**

En la institución contamos con buzones de sugerencias ubicados en los servicios de urgencias, en consulta externa y hospitalización que permiten identificar PQRSF interpuestas por los usuarios y que representan oportunidades de mejoramiento para la institución. Los buzones de sugerencias son administrados por la oficina de SIAU.

### **Página Web:**

Los contenidos a publicarse en la página web deben tener en cuenta las pautas contempladas en las fases de la Estrategia de Gobierno en Línea, deberán tener como objetivo garantizar el derecho ciudadano de mantenerse informado sobre las actividades de la institución. Siempre que se realice una publicación se debe indicar la fecha publicación y sólo se debe publicar aquella información que sea competencia de la entidad y sobre la cual se tenga completa seguridad en términos de contenido, oportunidad y veracidad.

Es fundamental revisar previamente la redacción y ortografía de los textos y documentos que se publicarán en la página web, siguiendo las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español utilizadas en Colombia. La revisión estará a cargo del jefe de sistemas y el

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 12 de 23</b>

profesional de comunicaciones, quien debe supervisar la actualización de todos los contenidos de la página web

### **Reglas para subir información en la página web:**

- Toda información que deba ser publicada en el sitio web por parte de alguna área o dependencia, deberá contar con el visto bueno y los ajustes (en caso de requerirse) del área de comunicaciones y sistemas, quienes son los encargados de revisar los contenidos, adaptarlos a un lenguaje sencillo y de fácil interpretación, para su posterior publicación en las diferentes secciones de la página.
- Es responsabilidad del área de sistemas y comunicaciones subir el material audiovisual y fotográfico, respetando las pautas establecidas en cuanto a imagen corporativa, uso de los colores institucionales y edición de imágenes.
- Toda la información que se suba al sitio web, deberá estar ajustada a los formatos actualizados en el Sistema de Gestión de la Calidad (cuando así se requiera).
- Se prohíbe utilizar contenidos, documentos y demás material informativo de propiedad de terceros, sin su debida autorización y sin los créditos respectivos.

### **Los contenidos de la página web del Hospital Departamental San Rafael de Zarzal, seguirán los siguientes lineamientos generales:**

- Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso.
- Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo. No debe dejar dudas sobre el mensaje que se desea transmitir. Se debe tener en cuenta que serán utilizados por personas de diferentes niveles de educación y de diferentes regiones del país.
- No se deben usar abreviaturas. Si se necesita utilizar abreviaturas, éstas deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar siglas sin que al pie se especifique qué significan.
- No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.
- No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- En las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 13 de 23</b>

- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.
- Los contenidos deben ser vigentes, relevantes, verificables y completos.
- La entidad debe ofrecer sólo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre los cuales se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (por ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido modificado de su versión original.
- Antes de ofrecer contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos. Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios.
- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- Los contenidos que se provean no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas. Los contenidos deben mantener la privacidad.
- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos. Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“ ”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.
- En caso que se detecten errores, omisiones, malas interpretaciones o cualquier situación en la que el contenido quede en duda, se debe corregir esta información de la manera más diligente.

### **Boletines de Prensa:**

Los boletines son escritos o grabaciones sean de audio o de video con información sobre los servicios de la institución, noticias o información importante que deba darse a conocer a los

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b> <b>VERSIÓN: 1</b> <b>FECHA: 21/09/2020</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 14 de 23</b>

usuarios y la comunidad y que se distribuyen por medios de comunicación masivos, como la radio, la prensa, televisión, entre otros.

### **Ruedas de Prensa:**

Son el medio por el cual se convoca a los medios tradicionales como la prensa, radio, televisión, sitios web, entre otros, para brindarles una información de suma importancia y con impacto, para los usuarios y comunidad en general. Las ruedas de prensa se llevaran a cabo siguiendo los lineamientos que se presentan a continuación:

#### *Planeación:*

- Se debe elegir el tema, este último tiene que ser relevante y estar bien enfocado, será un único tema central
- En una rueda de prensa intervienen dos o tres personas que estén preparadas para hacer una exposición oral en público, bien estructurada y atractiva. Las intervenciones no superaran los 10 minutos por persona.
- Empezara la persona con el cargo más relevante en la entidad, que dará la bienvenida a os medios, se presentara y ofrecerá la información mas importante.
- Al final de la rueda de prensa se abrirá un turno de preguntas. Las respuestas a las
- preguntas tienen que ser concretas, completas y breves.
- Se realizarán fotografías de la rueda de prensa.

*Redacción de la nota:* Es un documento escrito donde se ofrecerá información a los periodistas como si fuera “una noticia” con una extensión no superior a dos folios.

*Convocatoria:* Las convocatorias se enviarán por correo electrónico con 48 horas de anticipación a los medios convocados. Tiene que figurar: el tema de la rueda de prensa, el día, la hora, el lugar, quien interviene y que se explicara.

*Analizar el impacto:* El responsable del área de comunicaciones estará pendiente del resultado de la rueda de prensa. Tendrá que visionar los informativos de TV, grabar los de radio, recuperar las noticias de los periódicos digitales y, el día siguiente, de los periódicos impresos.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b> <b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b> <b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 15 de 23</b>

Conviene hacer una recopilación con todo el material para tener una evidencia de cómo fue la rueda de prensa y prever posibles mejoras en la organización de la próxima.

**Publicidad; impresa y digital:**

Se realizan piezas gráficas donde se difunden los mensajes institucionales, la oficina de comunicaciones realizara el diseño y verificación de contenido de todos los materiales publicitarios que se realicen en la institución antes de su publicación.

**Pantallas de espera:**

Los televisores son utilizados como medio de comunicación para los pacientes y acompañantes; alternando contenidos de entretenimiento con contenidos informativos sobre información de salud y seguridad del paciente; que pueda hacer la espera de los usuarios más agradable y productiva.

**Redes sociales:**

El buen uso de las Redes Sociales ayuda a mejorar la comunicación bidireccional y activa entre los usuarios y el personal frente a los servicios que ofrece el Hospital, además mejora el posicionamiento de la institución.

- Facebook: Es una red que cuenta con mucha audiencia, la cual se conecta constantemente buscando contenido de interes, la institución cuenta con un Fan Page el cual brinda información a todos los usuarios y personal del Hospital, se actualiza contantemente con el fin de dar a conocer los servicios y programas que se ofrecen en la institución, creando así vinculos entre el público y el personal, además es el enlace que se tiene para dar a conocer la página web oficial.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 16 de 23</b>

### **Rendición de Cuentas:**

La rendición de cuentas es una forma de informar, exponer, explicar y dar cuentas a los ciudadanos y usuarios los resultados de la gestión administrativa y el cumplimiento de las metas del Plan de Desarrollo, cada que se realiza una publicación por los medios se está rindiendo cuentas, al realizar una audiencia de rendición de cuentas se está generando control social y una comunicación bi-direccional, la cual nos ayuda a conocer las necesidades y dar respuesta a las inquietudes de los usuarios, creando así sentido de pertenencia y cupiendo a la ley de transparencia 1712, donde cada ciudadano tiene derecho a estar informado de las inversiones que se hagan en esta entidad pública.

### **7.2.3. POLÍTICA DE ESTRATÉGIAS IEC:**

Las estrategias IEC es Informar, Educar y Comunicar, El Hospital Departamental San Rafael informará de manera inclusiva mensajes adecuados con el fin de mejorar los conocimientos y la información prestada a los diferentes públicos, especialmente a personas con discapacidad, promoviendo y mejorando el acceso a la información, educación y comunicación en salud.

Cada uno de los flyers, videos y demás pizas gráficas contará con lenguaje claro y sencillo e inclusivo, para así promover el acceso a la información.

## **8. ESTRATÉGIAS DE COMUNICACIÓN 2021:**

### **8.1. Manual de imagen corporativa:**

**Objetivo.** Recopilar la información necesaria para fortalecer el manual de imagen corporativa, teniendo en cuanto el logo, fuente, colores, tipografía y demás información necesaria para que cada usuario y público en general identifique al Hospital.

**Estrategia 1.** Crear un Instructivo sobre la forma adecuada de utilizar los elementos que constituyen la imagen corporativa.



	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 17 de 23</b>

## Tácticas.

- Diseñar el manual de imagen corporativa el cual se distribuirá y socializará con cada uno de los funcionarios del Hospital Departamental San Rafael de Zarzal.
- Presentación del manual al comité de comunicaciones buscando la aprobación de este.
- Socialización del manual de identidad a cada una de las personas encargadas de las áreas, para que conozcan como se debe manejar la imagen del Hospital.
- Actualización y mejora del manual a medida que surgan nuevas necesidades de imagen.

### Manual de Imagen Corporativa:

- Logo
- Colores
- Significado del Logo
- Importancia del Logo
- Eslogan
- Tipografía
- Reglas de uso

**Estrategia 2.** Crear una unificación de la imagen corporativa en cada una de la áreas.

### Tácticas:

- Buscando una mejor orientación tanto para funcionarios como para usuarios se desarrollará señalización interna en cada una de las áreas según la acción que se desempeña y teniendo en cuenta principalmente el manual de imagen corporativa.
- Para fomentar el sentido de pertenencia en los trabajadores y una identificación frente a los usuarios se modificarán los carnés institucionales, el cual debe contar con la siguiente información: logo del Hospital, foto del empleado o contratista, nombre, apellido, cargo que desempeña y firma del gerente.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 18 de 23</b>

## 8.2. Transparencia y Acceso a la información:

**Objetivo.** Mantener informados a los usuarios y trabajadores sobre las actividades ejecutadas en la institución, buscando la transparencia y facilidad al acceso de la información, para mejorar la imagen, el sentido de pertenencia y la credibilidad del Hospital.

**Estrategia 1.** Recolección eficiente y organizada de información.

### Tácticas:

- Se recolectará información por medio de reuniones mensuales (último día de cada mes) y semanales (primer día de cada semana) por medio de un formato dirigido a los jefes de cada área.
- Se hará entrega a cada área de un formato de solicitudes extraordinarias, donde solicitarán el apoyo de la oficina de comunicaciones con 15 días de anticipación, cuando realicen la solicitud, la oficina de comunicaciones hará entrega de un instructivo donde se explicará la información requerida para la publicación.
- Por medio de encuestas realizadas a los usuarios, se debe recopilar las preguntas y dudas frecuentes y así brindarle la información necesaria a los usuarios.

**Estrategia 2.** Habilitar y utilizar todos los recursos y herramientas de comunicación para la difusión de información de interés para los diferentes públicos.

### Tácticas:

- Dar a conocer los canales de comunicación que están implementados en la institución, tanto para los usuarios, como para los trabajadores, y así crear reconocimiento de los procesos del Hospital.
- Crear estrategias IEC donde se brinde información direccionada para cada uno de los medios, no solo laboral, sino también sociales y de noticia para que tanto los empleados como los usuarios, tengan un espacio de esparcimiento y

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b>
		<b>PÁGINA: 19 de 23</b>

distracción, con temas de interes comun, por ejemplo promoción de estilos de vida saludable.

- Utilizar canales de comunicación como vallas, pendones, pasa calles, volantes, folletos, entre otros para describir los procesos, trámites, actividades y servicios que ofrece el Hosital.
- Crear en la página web y redes, ventanas de comunicación 2.0, donde los usuarios podran expresar sus necesidades y se podrá tener una comunicación bidireccional y más estrecha entre los usuarios y el Hospital. (chat en línea)

**Estrategias 3.** Difundir información diaria, precisa, actualizada y de calidad sobre temas de interes y los servicios que presta el Hospital, información educativa y de entretenimiento.

#### **Tacticas.**

- Crear un video institucional y fotografías, donde se den a conocer cada uno de los servicios y programas que ofrece el hospital, para que tanto los usuarios, como los trabajadores esten enterados de lo que se realiza en el Hospital.
- Crear un flyer o video mensual de las especialidades que ofrece el especial, y en todo el mes realizar una publicación semanal sobre el tema.
- Crear contenido de entretenimiento, como actividad física, atención primaria, algunas enfermedades, promoción de etilos de vida saludables, el alcohol, el tabaco, donación, entre otros temas importantes y de interes para la comunidad.
- Vincular al personal para que esten informados de los procesos que se hacen en el Hospital, realizando concursos con insentivos, donde puedan interactuar Administración - Trabajadores y crear participación y conocimiento interno.

**Estrategia 4.** Por medio de boletines informativos distribuidos en diferentes medios de comunicación mejorar la imagen, creando una imagen positiva del Hospital.

#### **Tacticas.**

- Se deben crear comunicados de prensa y radial, donde se expongan las actividades de interes o un hecho especial que se realice en el Hospital.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 20 de 23</b>

- Publicar constantemente los servicios del Hospital.
- Realizar boletines dependiendo la especialidad semanal y enviar por correos a todas las entidades que son posibles clientes potenciales.

**Objetivo.** Estandarizar los canales de comunicación interna.

**Estrategia 1.** Reconstrucción de las carteleras institucionales.

**Tácticas.**

- Retirar y establecer puntos estratégicos para la ubicación de las carteleras institucionales tanto internas como externas.
- Utilizando el manual de imagen corporativa para crear un diseño único para todas las carteleras, con capacidad de 4 informaciones, el contenido debe tener un diseño llamativo para alimentar las carteleras institucionales con información de interés tanto interno como externo y así despertar el interés de la comunidad.
- La información en las carteleras será cambiada y modificada cada 2 semanas.

**Estrategia 2.** Crear caracterización de imagen corporativa

**Tácticas.**

- Incorporar en los correos electrónicos institucionales la información del remitente del correo institucional.
- Para cumplir con el manual de imagen e identidad, cada diseño deberá pasar primero por la oficina de Comunicaciones, la cual le debe dar el visto bueno para que sea publicada o distribuida.

**Estrategia 3.** Crear contenido educativo para mejorar el servicio al usuario y así vender la imagen corporativa a la población.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b>
		<b>PÁGINA: 21 de 23</b>

## Tacticas.

- Elaborar mensajes educativos donde se cree sentido de pertenencia por la institución.
- Incentivar al personal a brindar un servicio de calidad, y crear encuesta donde se pueda resaltar a las personas que brindan un buen servicio.

## 9. PLAN DE MEDIOS:

El plan de medios es una herramienta donde se crean vinculos con los diferentes medios de comunicación como Radio, Prensa, Televisión o Digital, estos vinculos ayudan a mejorar la imagen y dar a conocer al Hospital.

Se debe cumplir con una base de datos que tenga un listado de los periodistas o medios de comunicación de la zona donde se encuentra el Hospital, además es importante tener en cuenta un presupuesto direccionado, para crear los mejores y productivos vinculos.

## 10. PROTOCOLO DE SOLICITUD AL ÁREA DE COMUNICACIONES:

El protocolo responde a los principios de la política de comunicación interna y la política de comunicación externa frente a la demanda de sus servicios. Los lineamientos que se presentan ayudan al área de comunicaciones a definir criterios de prioridad dar una atención oportuna y de calidad a todos los servicios y áreas de la institución que requieren comunicar o informar a nivel interno y/o externo.

El área de comunicaciones apoyará a las dependencias institucional en las siguientes actividades; diseño de mensajes, videos, fotografías, publicación de información, apoyo y acompañamiento de los eventos realizados a través del diligenciamiento del FORMATO DE SOLICITUD AL ÁREA DE COMUNICACIONES que deberá presentarse como mínimo 8 días de antelación.

### 10.1. Requisitos por cada tipo de solicitud

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 22 de 23</b>

Para la elaboración de cada una de las piezas, se necesita de la siguiente información por parte del solicitante:

- 1. Objetivo:** ¿Qué se quiere conseguir con la información que se va a publicar?
- 2. Audiencia:** Dependiendo del objetivo de la publicación, para qué población es la información y así mismo por qué medio propone que sea publicado.
- 3. Mensaje:** ¿Cuál es el mensaje que se quieres transmitir? Y ¿Cómo se debe transmitir?.
- 4. Identidad corporativa:** Acorde con el mensaje y el tema que se quiere publicar, proponga una paleta de colores el cual le gustaría que se usara en los diseños, teniendo en cuenta el logo y los colores institucionales.

## Video

Máximo 5 minutos.

1. Cree un guión que dure como máximo 5 minutos, debe enviarlo al correo de [Comunicaciones@hospitalsanrafaelzarzal.gov.co](mailto:Comunicaciones@hospitalsanrafaelzarzal.gov.co) antes de iniciar con las grabaciones.
2. Si el video es de 2 o más personas programe cada una de las entrevistas con 20 días de anticipación para la fecha de entrega del video, envía cronograma de entrevistas, antes de iniciar con las grabaciones.
3. Proponga una fecha de entrega.
4. Defina cuál va a ser el lugar de grabación de cada una de las entrevistas, al elegir el sitio, debes tener en cuenta la iluminación del espacio, para esto debes intentar que las entrevistas se realicen en las horas de la mañana de 8:00 a 11:00 am

## Flyers o Diseños gráficos.

21.5 x 14 cms o en formatos A5 o A6

1. Titular llamativo.
2. Información concreta.
3. Entregue un bosquejo de la imagen que quiere proyectar.
4. Envíe al correo de comunicaciones la información necesaria para la publicación, si es una actividad, o una invitación, debe enviar la fecha, hora y lugar.
5. Datos de contacto, para mayor información.

	<b>HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN RAFAEL DE ZARZAL</b> <b>E.S.E.</b> <b>VALLE DEL CAUCA</b> <b>Nit: 891900441-1</b>	<b>CÓDIGO: DE-PL-CI-01</b>
		<b>VERSIÓN: 1</b>
	<b>PLAN DE COMUNICACIONES</b>	<b>FECHA: 21/09/2020</b>
		<b>TRD:</b> <b>PÁGINA: 23 de 23</b>

## Fotografía y acompañamiento de actividades

1. Horario y fecha de la actividad con mínimo 15 días de antelación
2. Descripción de la actividad

## Envío de correos masivos

1. Información completa.
2. Áreas a las que se debe enviar y si va con copia a otra persona.
3. Área de la que se envía la información, nombre completo y cargo.
4. El asunto del correo
5. Archivos adjuntos

***La oficina de comunicaciones deberá validar, diseñar y revisar todos los mensajes que se quieran difundir hacia la institución o por parte de la institución, para controlar, ordenar y mantener la cultura e identidad institucional.***