



HOSPITAL DE USME
I NIVEL E.S.E.

Un Compromiso Social con la Salud

PLAN DE COMUNICACIONES

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 2 DE 18		

INTRODUCCIÓN

Bogotá, 23 de Enero de 2009

El primer paso de una comunicación exitosa consiste en desarrollar un plan para la emisión de los mensajes. La meta es capturar las ideas de modo que puedan ser comprendidas y aceptadas por otros.

Este documento en el campo de la comunicación es una guía práctica y completa para la implementación de acciones que conducen al éxito de la comunicación pública, vista en tres dimensiones: organizacional, informativa y medios de comunicación, con enfoques particulares de participación, creación, dinamismo y construcción.

Una historia no es sólo verdad cuando se narra cómo ha sucedido, sino también cuando relata cómo hubiera podido acontecer.

J. Mario Simmel

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 3 DE 18		

INDICE

1. CAPITULO PRIMERO: GENERALIDADES DEL MANEJO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL, INFORMATIVA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1.1. Política de Comunicaciones
- 1.2. Diagrama de operación del área de comunicaciones
- 1.3. Comunicación Organizacional
 - a. Principios y Fundamentos
 - b. Niveles de Responsabilidad
 - c. Objetivos
 - d. Objetivos Específicos
 - e. Actividades
 - f. Estrategias de Comunicación
 - g. Aplicación carteleras internas
 - h. Aplicación carteleras operativas
- 1.4. Comunicación Informativa
 - a. Principios y Fundamentos
 - b. Niveles de Responsabilidd
 - c. Objetivos
 - d. Objetivos Específicos
 - e. Actividades
 - f. Estrategias de Comunicación
 - g. Aplicaciones
- 1.5. Medios de Comunicación
 - a. Objetivos
 - b. Objetivos Específicos
 - c. Actividades
 - d. Estrategias de Comunicación
 - e. Aplicaciones

1. GENERALIDADES

Política de Comunicaciones del Hospital de Usme

La política de comunicaciones del Hospital de Usme, será la carta de orientación y guía mediante la cual se adoptan, por parte de las áreas (administrativas – asistenciales) las pautas de actuación y reglas de juego que deberán encauzar las acciones de comunicación, dirigidas al cumplimiento de las metas de desarrollo institucional.

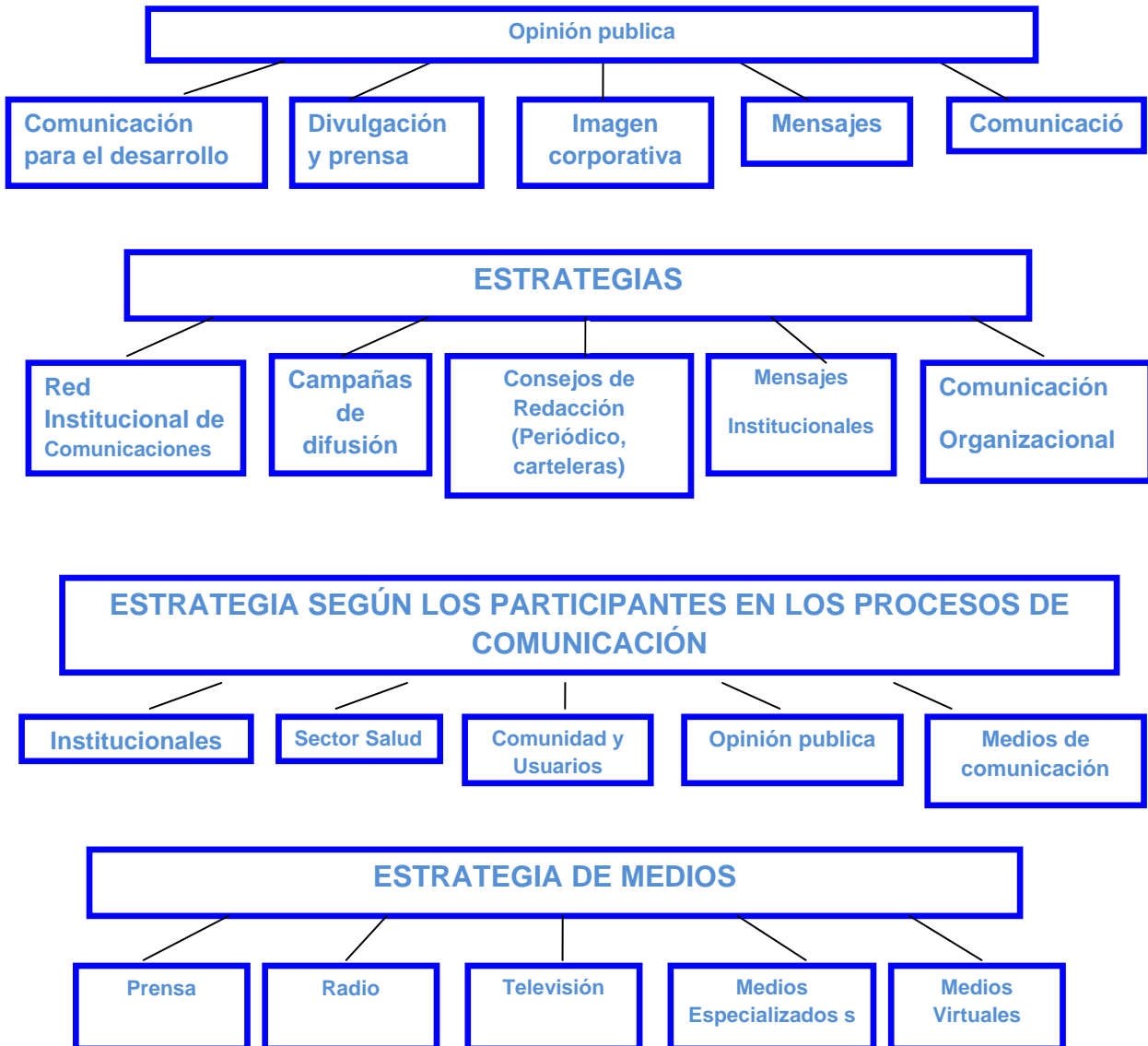
La Comunicación Interna del Hospital es entendida como el proceso de producir y compartir significados que permitan informar y actuar como agente eficaz de cambio organizacional, de tal forma que contribuya al fortalecimiento de la plataforma estratégica.

La política de comunicaciones permite identificar una organización fundamentada en objetivos, con altos niveles de empoderamiento y unas redes de trabajo que realizan las labores dentro de unos mismos parámetros de acción, a través de una comunicación fluida, integrante, estimulante y eficaz, respondiendo al plan de desarrollo de la Entidad, mediante las orientaciones dadas por la Oficina de Comunicaciones y avaladas por la Gerencia.



Dra. Liliana Patricia Paternina Macea

1.2 Diagrama de operación del área de comunicaciones



La gestión de la Oficina de Comunicaciones del Hospital de Usme se enfoca al mejoramiento continuo del clima organizacional a través de estrategias de información y comunicación dinámicas, expuestas y ejecutadas a un nivel organizacional que fortalece los procesos del cliente interno.

De igual manera expande el proceso con miradas panorámicas, trascendiendo los espacios acogiendo una comunicación pública, con características de cercanía y calidez a la comunidad, entidades y público en general.

Además de la Oficina de Comunicaciones cuenta con un equipo interdisciplinario que aporta a la conformación, construcción y ejecución de las actividades.

1.3 Comunicación Organizacional

Es el Componente de Control que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas y los proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad; debe convocar a los servidores públicos entorno a una imagen corporativa que comprenda una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público.

en el Hospital de Usme se constituye por el conjunto de instrumentos y mecanismos que cohesionan y confiere identidad, buscando que los servidores se integren con clara conciencia de su pertenencia y compromiso con los propósitos misionales definidos en la plataforma estratégica.

La COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL es vital para que la COMUNICACIÓN INFORMATIVA cumpla su propósito; de la manera como se logre la coordinación de las actividades relacionadas con los objetivos institucionales, dependerá la efectividad de la comunicación con los diferentes públicos externos. Se sirve de los MEDIOS DE COMUNICACIÓN para divulgar la información pertinente a cada uno de los servidores de la entidad, y las acciones comunicativas pedagógicas y de movilización interna, claramente direccionadas hacia la construcción de identidad organizacional.

a. Principios y Fundamentos

La comunicación organizacional favorece los principios de economía, eficiencia y eficacia al proporcionar no sólo la información necesaria al desarrollo de las actividades y tareas requeridas para el cumplimiento de la función constitucional y legal de la entidad, sino la comprensión adecuada para que su ejecución se realice de acuerdo con los parámetros establecidos, al mantener las redes de comunicación internas que favorezcan el adecuado desempeño organizacional.

Al determinar cuáles son las necesidades de información y la forma de comunicarla, el Hospital se apoya en el fundamento de la Autorregulación, al estar dentro del ámbito de responsabilidad de todos los servidores de la entidad, que se fundamenta en la capacidad de cada uno de ellos para comunicar sus propósitos, forma de ejecutar sus labores y los resultados de su propia gestión, lo que permite el Autocontrol.

b. Niveles de Responsabilidad

La responsabilidad por la comunicación organizacional es de todos los servidores públicos y en especial de quienes, con base en las políticas expedidas por los niveles directivos, deben procurar no solo su promulgación sino la creación y el mantenimiento de una visión compartida, cuyo centro sea la rectitud y la transparencia de la gestión. Sin embargo, y con mayor razón, en el plano organizacional, esta es una tarea que debe ser asumida por un área definida, bien sea aquella que se ocupa de la gestión del recurso humano, o por la Oficina de Comunicaciones que no solamente debe responder a objetivos de manejo de prensa, de relaciones públicas y de administración de la imagen de la entidad y del

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 7 DE 18		

gobernante o el directivo, sino también a objetivos institucionales de comunicación interna y externa que beneficie a la entidad y a sus grupos de interés.

En una entidad eficaz la comunicación circula en varias direcciones lo que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas, que incidan en los siguientes flujos de comunicación: comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación cruzada.

c. Objetivos

- Convocar a los servidores públicos entorno a una gestión ética eficiente, eficaz y responsable hacia los grupos de interés internos y externos.
- Mantener la coordinación entre las distintas unidades y niveles administrativos, de tal forma que facilite el compromiso y efectividad en la gestión individual y colectiva de la entidad.
- Permitir que los servidores públicos se expresen, sean escuchados, valorados, logrando su motivación y su fidelización hacia la entidad.
- Facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales y sociales.

d. Objetivos Específicos

La oficina de comunicaciones en concordancia con la alta gerencia estableció los objetivos con el fin de fortalecer las bases para estar en permanente contacto con el público interno, dando a conocer los intereses, estrategias y directrices en el Hospital de Usme:

- Mantener puntualmente informado al público objetivo, con claridad, transparencia y oportunidad, sobre lo que quiere hacer la Entidad, de lo que hace y de los resultados de su actuación.
- Desarrollar elementos creativos de comunicación que permitan mejorar y aumentar el posicionamiento de la Entidad y la creación del sentido de pertenencia.
- Realizar propuestas de nuevos canales de comunicación que permitan la interacción de los diferentes procesos.
- Apoyar y proponer acciones para evaluar el clima interno, estableciendo y manteniendo las vías de información.
- Realizar el diagnóstico de las necesidades comunicativas internas en la institución.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 8 DE 18		

- Hacer un inventario de los medios y canales utilizados en desarrollo de los procesos comunicativos.
- Plantear una propuesta que pueda llenar los vacíos comunicacionales existentes en el Hospital de Usme I Nivel.

e. Actividades

- Análisis diario de los principales periódicos distritales, locales y nacionales con especial detenimiento en aquellas noticias que puedan afectar a la entidad en temas económicos, financieros y sociales.
- Mantener el contacto con los diversos medios de comunicación, tanto por medio de notas de prensa, como por el contacto directo con los responsables, de modo que se pueda recurrir a ellos cuando se juzgue necesario y a su vez, ellos, puedan acceder al gabinete en solicitud de datos y orientación.
- Envío regular de todo tipo de información que se realice: revistas, informes no reservados, descripción y características de productos o servicios, estadísticas, etc., a los medios de comunicación, principalmente a los periodistas especializados en el campo.
- Preparación de informes sobre temas concretos y especiales, con destino a las diferentes áreas.
- Elaboración y documentación complementaria para la preparación de discursos para presentaciones, eventos, etc.
- Diseño, desarrollo y convocatoria de ruedas de prensa cuando se considere necesario.
- Asesoramiento y asistencia en todos los actos, presentaciones y demás eventos.
- Elaboración, diseño y gestión de publicaciones internas o externas dirigidas a los trabajadores y clientes.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 9 DE 18		

- Apoyo a los diferentes departamentos para la elaboración de materiales publicitarios, corporativos, promocionales, etc.
- Realización de consejos de redacción para la conformación de la información del periódico institucional y de las carteleras institucionales.
- Elaboración periodística y de diseño del periódico institucional Quinto Contacto y de las carteleras institucionales.
- Elaboración y divulgación de la información (boletines de prensa, cartas de gerencia, página web, periódico institucional, papel tapiz, entre otros).

f. Estrategias de Comunicación

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> √ Periódico Quinto Contacto √ Página web √ Comunicados de prensa √ Reportajes On Line √ Piezas publicitarias √ Papel tapiz | <ul style="list-style-type: none"> √ Reportajes en medios de comunicación √ Carteleras institucionales √ Boletín informativo √ Cartas de gerencia √ Piezas comunicativas √ correos electrónicos |
|---|---|

g. Aplicaciones Carteleras Internas

Las carteleras institucionales internas operativas sirven como medio de divulgación y reconocimiento para cada dependencia o área. Son un medio de comunicación visual funcional. Constituyendo un medio de comunicación de la Entidad, haciendo el manejo de imagen e información. Son una estrategia adecuada para llegar al cliente interno.

h. Aplicación de Cartelera Interna Operativa:

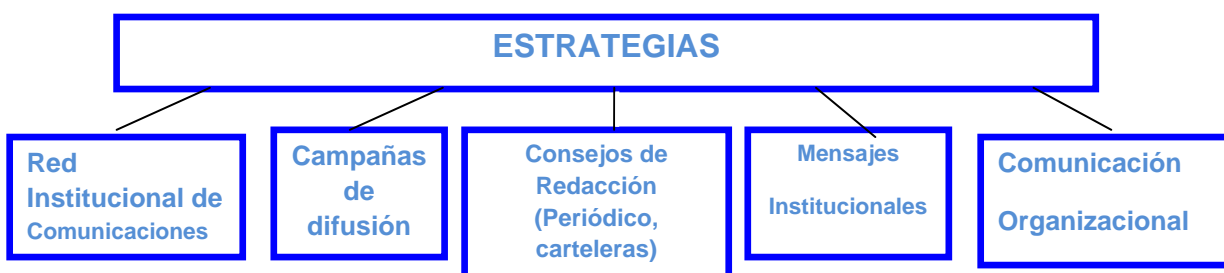
Las carteleras institucionales internas operativas sirven como medio de divulgación y reconocimiento para cada dependencia o área. Son un medio de comunicación visual funcional.

- La información debe ser renovada con frecuencia.
- Deben estar ubicadas en lugares de fácil acceso y lectura.

Pautas Generales:

Para identificar plenamente las carteleras por dependencia se tendrá para cada una un título principal y unos subtítulos que le den a conocer al lector el tema a desarrollarse.

- Título de la cartelera: la letra debe ser Arial en Negrilla 40 puntos, centrado en la parte superior dejando 1 cm. de espacio entre el borde y el título. Elaborado en impresora, en mayúscula sostenida.
- Subtítulos: letra Arial en Negrilla de 30 puntos, centrado y elaborado en impresora, en altas (mayúscula inicial).
- Información: los artículos deben ser temas relacionados con la dependencia, debidamente firmados por quien elabora y aprueba (jefe de área - responsable de comunicaciones). Además de la información general que se genere a nivel interno en la Entidad, emitido por la Oficina de Comunicaciones del Hospital de Usme. Se debe utilizar letra Garamond de 14 puntos.
- Imágenes: el uso de fotografías o imágenes proporciona la agilidad al diseño de la cartelera, siempre y cuando sean acordes al tema que se trate.



	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 11 DE 18		

1.4 Comunicación Informativa

Está constituida por la información amplia y transparente de la ESE hacia los diferentes grupos de interés externos, sobre los objetivos y los resultados comparativos de la gestión. Contribuye a la Rendición de Cuentas ante los diferentes grupos de interés.

- La Rendición de Cuentas, se refiere al derecho que tienen los diferentes grupos de interés a estar informados sobre la gestión de la entidad, y al deber de los servidores públicos de rendir cuentas.

El Hospital de Usme como actor social y entidad pública cumple un rol ordenador del acontecer de su entorno; esto significa que no puede abstraerse de su obligación de establecer relaciones claras, transparentes e incluyentes con sus grupos de interés, y que no puede renunciar a su responsabilidad de dar cuenta de su gestión como parte de su condición de entidad pública.

La estrategia de comunicación participativa es una construcción colectiva entre comunidades, profesionales de la ESE y otros sectores que pretende aportar en la configuración de respuestas a las necesidades sociales en territorios desde la comunicación, propiciando la participación social, la construcción de conocimiento y el posicionamiento político para la toma de decisiones.

A través de éste proceso se busca promover la autonomía de individuos y colectividades a partir de su intervención en procesos de comunicación. Así mismo, orientar a las comunidades en la toma de decisiones, facilitar el desarrollo organizacional para la salud pública en la ESE, la articulación de acciones entre los diferentes equipos de trabajo y facilitar el trabajo transectorial a partir de mecanismos que propicien el intercambio de información y promuevan la identificación de puntos de encuentro.

a. Principios y Fundamentos

La comunicación informativa permite el cumplimiento de los principios de Transparencia, al mantener y promover una actitud institucional que permita que los propósitos, actuaciones y resultados de la gestión sean visibles para todos los grupos o personas interesadas en su gestión. Se cumple cuando se promueve la participación ciudadana en la planeación, ejecución y control de las actividades y procesos que soportan la función constitucional de la entidad, y cuando se propicia una cultura orientada al servicio público, al proporcionar a todos los públicos externos de la entidad la información pertinente de manera especial: propósitos, principales proyectos a emprender, uso de los recursos públicos y resultados, parciales o finales, de su gestión. Además, este Principio se favorece al mantener relaciones continuas y permanentes con los diferentes públicos, con el fin de involucrar en los diferentes procesos de la planeación y la ejecución de la entidad, sus necesidades o requerimientos.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 12 DE 18		

b. Niveles de responsabilidad

La efectividad de la comunicación informativa se fundamenta en la capacidad institucional para Autorregular su funcionamiento, pues en la medida en que los procesos de la entidad se encuentren debidamente normalizados y las personas tengan claras sus funciones y responsabilidades, se genera una capacidad organizacional para mantener la fluidez de la Comunicación con los públicos externos. También se favorece la Autogestión, en tanto se capacite a los funcionarios que tienen, en razón de sus funciones, un mayor contacto con los públicos externos, a fin de presentar recomendaciones y alternativas de solución a los problemas que se detecten en el servicio público, para lo cual se requiere de servidores que fundamenten la ejecución de sus tareas en el Autocontrol.

c. Objetivos

- Tener relación directa con los elementos constitutivos del componente de información dado que de la calidad, oportunidad y utilidad de ésta depende el alto grado de efectividad de los procesos comunicativos que emprende la entidad pública para relacionarse adecuadamente con su entorno.
- Conservar una estrecha transversalidad con la comunicación organizacional, para interactuar permanentemente con los medios de comunicación para transmitir el mensaje institucional a la comunidad y demás grupos de interés.
- Garantizar la difusión de la información del Hospital: funcionamiento gestión y resultados, en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.
- Facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales y sociales.

d. Objetivos Específicos

- Mantener puntualmente informados a los públicos objetivos, con claridad, transparencia y oportunidad.
- Trasladar a la dirección y a su equipo el eco de la opinión pública y de los medios de comunicación, en relación a los temas trascendentes generales y de aquellos otros que encajen en la órbita de acción de la entidad.
- Servir de cauce idóneo para informar a los medios de comunicación de iniciativas, lanzamiento de productos o servicios, eventos, ideas, sugerencias, opiniones, etc.
- Generar estrategias de comunicación para la ciudadanía y partes interesadas.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 13 DE 18		

- Realizar propuestas de nuevos canales de comunicación que permitan la interacción de los diferentes procesos.
- Desarrollar diferentes estrategias de comunicación, con la comunidad y con otros sectores.
- Potenciar la participación de la comunidad en el desarrollo de acciones que promueven la autonomía y faciliten la promoción de la calidad de vida y la salud en territorios a través del diseño e implementación de una estrategia comunicativa participativa.

e. Actividades

Este proceso se fundamenta en la Comunicación para el Desarrollo, que tiene como su principal objetivo la búsqueda de la democratización en la gestión del conocimiento útil para un grupo y su enfoque principal esta basado en la **Comunicación Participativa**, la cual propone como tesis principal involucrar a las poblaciones locales en el proceso de toma de decisiones.

El insumo principal de estos procesos es el diálogo. La forma en que se concibe el trabajo desde esta perspectiva está dada desde el mismo modelo de Interlocución, donde se espera que el mensaje final este compuesto por procesos de doble vía, que involucren a todos los actores que tengan algo que decir frente a los objetivos del mismo¹

Las Naciones Unidas definen la comunicación para el desarrollo como un proceso que “permite a las comunidades hablar, expresar sus aspiraciones e intereses y participar en las decisiones que se relacionan con su desarrollo”. Esta definición contrasta con la tendencia a asociar la palabra comunicación con conceptos como información, diseminación, mensajes, medios y persuasión. El término comunicación para el desarrollo incluye éstos conceptos pero implica una visión mucho más amplia, considerando a la gente como participantes activos en el proceso de desarrollo social, no sólo como receptores de mensajes.

- Realización diaria de boletines de prensa, con la información oportuna de la entidad. Información que es entregada a las diferentes partes interesadas.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 14 DE 18		

- Convocatorias a las diferentes actividades programadas para la rendición de cuentas, informes y avances.
- Implementación y utilización efectiva de las diferentes herramientas (medios de comunicación), para la entrega oportuna de la información.
- Mantener el contacto con los diversos medios de comunicación, tanto por medio de notas de prensa, como por el contacto directo con los responsables, de modo que se pueda recurrir a ellos cuando se juzgue necesario y a su vez, ellos, puedan acceder al gabinete en solicitud de datos y orientación.
- Envío regular de todo tipo de información que se realice: revistas, informes no reservados, descripción y características de productos o servicios, estadísticas, etc., a los medios de comunicación, principalmente a los periodistas especializados en el campo.
- Preparación de informes sobre temas concretos y especiales, con destino a las partes interesadas.
- Diseño, desarrollo y convocatoria de ruedas de prensa cuando se considere necesario.
- Asesoramiento y asistencia en todos los actos, presentaciones y demás eventos.
- Elaboración, diseño y gestión de publicaciones externas.
- Realización de piezas publicitarias y comunicativas, que logren transmitir los mensajes de interés público.
- Realización de consejos de redacción para la conformación de la información del periódico institucional y de las carteleras institucionales externas.
- Elaboración periodística y de diseño del periódico institucional Quinto Contacto y de las carteleras institucionales externas.
- Elaboración y divulgación de la información (boletines de prensa, página web, periódico institucional, publicaciones en medios de comunicación masiva, entre otros).

f. Estrategias de Comunicación

- | | |
|-----------------------------|--|
| ✓ Periódico Quinto Contacto | ✓ Reportajes en medios de comunicación |
| ✓ Página web | ✓ Carteleras institucionales externas |
| ✓ Comunicados de prensa | ✓ Boletín informativo |
| ✓ Reportajes On Line | ✓ correos electrónicos |
| ✓ Piezas publicitarias | ✓ Piezas comunicativas |

g. Aplicaciones



	PLAN DE COMUNICACIONES		CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
				PAG. 16 DE 18	

1.5 Medios de Comunicación

Se constituye por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la entidad, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido hacia los diferentes grupos de interés. Productos imagen corporativa, estrategias y canales de comunicación.

a. Objetivo

- Este elemento promueve el diseño e implementación para incorporar todos los mecanismos que utiliza la entidad para la publicación, difusión y retroalimentación de la información sobre los planes y resultados de la gestión.

b. Objetivo Especifico

- Mantener puntualmente informados a los públicos objetivos, con claridad, transparencia y oportunidad.
- Trasladar a la dirección y a su equipo el eco de la opinión pública y de los medios de comunicación, en relación a los temas trascendentes generales y de aquellos otros que encajen en la órbita de acción de la entidad.
- Servir de cauce idóneo para informar a los demás medios de comunicación de iniciativas, lanzamiento de productos o servicios, eventos, ideas, sugerencias, opiniones, etc.
- Realizar propuestas de nuevos canales de comunicación que permitan la interacción de los diferentes procesos.
- Desarrollar diferentes estrategias de comunicación, con la comunidad y con otros sectores.
- Potenciar la participación de la comunidad en el desarrollo de acciones que promueven la autonomía y faciliten la promoción de la calidad de vida y la salud en territorios a través del diseño e implementación de una estrategia comunicativa participativa.

	PLAN DE COMUNICACIONES	CODIGO: GLO-COM-PL-001	VERSION 02	 
		PAG. 17 DE 18		

- Crear audiencia, con un público potencialmente participativo.

c. Actividades

- Realización diaria de boletines de prensa, con la información oportuna de la entidad. Información que es entregada a las diferentes partes interesadas.
- Implementación y utilización efectiva de las diferentes herramientas (medios de comunicación), para la entrega oportuna de la información.
- Diseño, desarrollo y convocatoria de ruedas de prensa cuando se considere necesario.
- Elaboración, diseño y gestión de publicaciones externas.
- Realización de piezas publicitarias y comunicativas, que logren transmitir los mensajes de interés público.
- Realización de consejos de redacción para la conformación de la información del periódico institucional y de las carteleras institucionales externas.
- Elaboración periodística y de diseño del periódico institucional Quinto Contacto y de las carteleras institucionales externas.
- Elaboración y divulgación de la información (boletines de prensa, página web, periódico institucional, publicaciones en medios de comunicación masiva, entre otros).
- Realización de mensajes periodísticos para la divulgación en los diferentes medios de comunicación:

Prensa: revistas, periódicos, magazines etc.

Televisión: canal capital, RCN, Caracol, City TV, canales institucionales.

Radio: Melodia stereo, caracol, RCN, todelar.

d. Estrategias de Comunicación

- | | |
|-----------------------------|--|
| √ Periódico Quinto Contacto | √ Reportajes en medios de comunicación |
| √ Página web | √ Carteleras institucionales externas |
| √ Comunicados de prensa | √ Boletín informativo |
| √ Reportajes On Line | √ correos electrónicos |
| √ Piezas publicitarias | √ Piezas comunicativas |

e. Aplicaciones

