Plan Estratégico de comunicaciones

2024

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Índice

INTRODUCCIÓN **2**

OBJETIVOS DEL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES **4**

Objetivo General 4

Objetivos Específicos

DEFINICIONES **4**

MARCO NORMATIVO **8**

MODELO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL HUNDN **9**

Compromiso con la información institucional a comunicar 9

TIPOS DE COMUNICACIÓN **11**

Comunicación interna 11

Comunicación externa 11

MEDIOS DE COMUNICACIÓN **13**

Canales de comunicación disponibles 13

PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES **14**

¿Cómo vamos a hacerlo? 25

Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones **26**

Indicador **27**

Meta **27**

Referencias Bibliográficas **27**

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

INTRODUCCIÓN

El Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E. como entidad acreditada en salud, presenta a la comunidad interna y externa de la institución el plan anual de comunicaciones como una estrategia fundamental para el acercamiento con la comunidad, presentado a través de una hoja de ruta de las acciones comunicativas, ligadas a la prestación de servicios médicos y la formación de profesionales de la salud en la región, de esta forma, resaltamos la importancia de la comunicación efectiva y asertiva que elimina brechas entre pacientes, personal, estudiantes y la comunidad en general.

Este plan de comunicación ha estableciendo estrategias y objetivos que nos ayudarán a mantener y fortalecer nuestra posición como un referente en la atención médica y la educación en salud.

En este marco, se presenta a continuación el Plan Institucional de Comunicaciones, en la vigencia 2024 con el fin de posicionar al HUDN como una entidad de alto nivel público frente a los diferentes grupos de interés y de valor, enmarcando el correcto desarrollo de la entidad en relación a la comunicación tanto interna con externa, estableciendo una guía didáctica para quienes comparten información del Hospital evidenciado los canales disponibles.

Para la institución la comunicación es realmente importante, ya que es entendida como el ejercicio de información abierta, en que las entidades plantean estrategias para generar y afianzar las relaciones internas y externas, además, de propiciar recursos para las necesidades de divulgar y proyectar una buena imagen.

Esta comunicación se realiza mediante la elaboración de mensajes, creación de carteleras, volantes, cara a cara, plegables, redes sociales, perifoneo y pantallas. Es fundamental para el buen rendimiento de despliegue en lo estratégico participativa y efectiva, haciendo que la Empresa Social del Estado Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E. tenga una estabilidad en el mercado, fidelización de los clientes, empoderamiento de los colaboradores, un buen nombre en el departamento y para que sirva como herramienta en el mercadeo institucional, para la gestión del cumplimiento de la visión, mediante el marco normativo ley 1712 de 2014 (por medio de la cual se crea la ley de transparencia y el derecho).

El compromiso con la Comunicación Pública para el HUDN, se basa en asumir los procesos y prácticas de comunicación y la información como un bien público, a conferirles un carácter estratégico y orientarlos hacia el fortalecimiento de identidad institucional.

OBJETIVOS DEL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES

Objetivo General

Establecer una estructura estratégica para facilitar la difusión de información precisa y oportuna, fortaleciendo la relación con la comunidad, promoviendo la salud pública, y asegurando una comunicación efectiva entre el personal médico, los pacientes y su familias contribuyendo así al bienestar y la calidad de los servicios de salud en la región de Nariño.

Objetivos Específicos

- **Fomentar la participación en eventos institucionales:**
  Organizar eventos abiertos al público para fortalecer la conexión entre el hospital y la comunidad, fomentando la participación en charlas, ferias de salud y actividades educativas.

- **Promover historias de éxito y avances médicos:**
  Destacar logros médicos y casos de éxito a través de comunicados de prensa y redes sociales para fortalecer la imagen del hospital y aumentar la confianza de la comunidad.

- **Aumentar la participación en programas de salud preventiva:**
  Diseñar campañas educativas que motiven a la comunidad a participar activamente en programas de salud preventiva.

- Comunicar las estrategias e iniciativas del HUDN como principio de responsabilidad social empresarial.

CONCEPTOS

- **Campaña de comunicación:** Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema específico, comprende etapas de estructuración de la estrategia de comunicación, definición de tácticas.

- **Carteleras digitales:** Conjunto de monitores o pantallas que se encuentran sincronizadas para mostrar contenidos, simulando una pantalla de tamaño gigante.

- **Comunicador:** Es el profesional encargado de administrar la presencia en línea de una marca, empresa, organización o comunidad en redes sociales y otras plataformas de medios digitales.

- **Comunicado de prensa:** Es una comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar información de interés periodístico.

- **Comunicación efectiva:** La información que se le brinde a los colaboradores internos, partes interesadas y grupos de valor, debe ser breve, clara, asertiva y empática. Para desarrollar una comunicación efectiva es necesario que el receptor del mensaje comprenda el significado y la intención de lo que se está comunicando.

- **Correo electrónico:** Es canal donde se recibe, se envía información y de igual manera se almacena.

- **Diagnóstico comunicacional:** Es el la evaluación y análisis que se realiza a las fases de la comunicación dentro de la institución. Este proceso implica identificar las fortalezas y debilidades de la comunicación actual.

- **Documento electrónico de archivo:** Es una representación digital de información que se crea, almacena y gestiona con el propósito de conservar registros, información o datos importantes.

- **Estrategia de comunicación:** Conjunto de decisiones y acciones relativas a la elección de los medios y articulación de los recursos con miras a lograr un objetivo, la estrategia se completa a través de los planes.

- **Evento:** Es un acto que sirve a la Entidad para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/tema, de esta forma se genera vínculo entre el HUDN y grupos de interés y de valor.

- **Grupos de interés:** También conocidos como **stakeholders,** son individuos, organizaciones o entidades que tiene un interés legítimo o una preocupación en una empresa , proyecto o asunto en particular.

- **Grupos de valor:** Es un término que puede referirse a diferentes conceptos dependiendo el contexto.

- **Intranet**: Sitio Web interno para compartir información de interés para los colaboradores de la entidad.

- **Manual de Identidad Visual HUDN:** El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la entidad. En este documento se plasman las pautas de como se debe utilizar el logo, la paleta de colores, tipografía, elementos gráficos y usos incorrectos.

- **Medio de comunicación**: Herramienta que permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. por ejemplos : capacitaciones, reuniones y talleres.

- **Medio de información:** Herramienta que permite comunicar sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje.

- **Noticias:** Es una narración objetiva y concisa de un evento o suceso actual que tiene relevancia e interés para el público en general.

- **Parrilla de contenidos:** Espacio dispuesto para planear y programar los contenidos que se publican en las redes sociales y radio.

- **Pieza de comunicación:** Una "pieza de comunicación" se refiere a un elemento individual dentro de una estrategia de comunicación más amplia. Es un componente específico diseñado para transmitir un mensaje, información o contenido a una audiencia determinada.

- **Plan institucional de comunicaciones**: Documento que contiene la descripción de las actividades y los medios de comunicación adecuados para divulgar la información, dependiendo del público objetivo.

- **Portal institucional:** Portal web institucional, es un sitio web diseñado y mantenido por una organización, institución gubernamental, empresa, universidad o entidad similar con el propósito de proporcionar información y servicios específicos relacionados con esa institución.

- **Pre-producción audiovisual:** preproducción audiovisual es la fase inicial y fundamental en la creación de cualquier proyecto audiovisual, ya sea una película, un programa de televisión, un video promocional o cualquier otro tipo de contenido visual.

- **Principio de Transparencia:** El principio de transparencia es un concepto que se aplica en diferentes ámbitos, como la administración pública, las organizaciones sin fines de lucro, las empresas y otras instituciones. En esencia, este principio implica que estas entidades deben operar de manera abierta y accesible, proporcionando información clara y completa a sus partes interesadas y al público en general.

- **Principio de la Publicidad:** El principio de la publicidad en Colombia se basa en la promoción de la transparencia y la veracidad en la publicidad, asegurando que los anuncios comerciales y promocionales sean honestos, precisos y no engañosos para el público.

- **Producción audiovisual:** Toma o registro fotográfico o fílmico que servirá de insumo para el material audiovisual en el formato establecido en la pre-producción.

- **Post-producción**: La postproducción es una parte crucial del proceso de creación audiovisual, donde se da vida al material filmado y se le da forma para contar una historia o transmitir un mensaje.

- **Redes sociales:** Las redes sociales son plataformas en línea diseñadas para permitir la interacción, comunicación y compartición de contenido entre individuos y grupos.

- **Registro audiovisual:** Son los momentos en movimiento grabados por una vídeo cámara.

- **Registro fílmico:** registro fílmico se refiere al proceso de grabación de imágenes en movimiento, también conocidas como "películas" o "filmaciones", mediante el uso de cámaras de cine o equipos de grabación de video.

- **Registro fotográfico**: registro fotográfico se refiere al proceso de capturar imágenes estáticas utilizando una cámara fotográfica. Estas imágenes pueden representar una amplia variedad de sujetos, desde paisajes y retratos hasta objetos, eventos, momentos y más.

- **Reportería interna:** Es la labor adelantada por integrantes del equipo de comunicaciones, que tiene como fin investigar en las áreas técnicas la información que requiere ser difundida.

- **Transparencia Activa:** La "transparencia activa" en el ámbito público se refiere a la práctica de que las instituciones gubernamentales y las entidades del sector público divulguen proactivamente información relevante y de interés público sin necesidad de que los ciudadanos o partes interesadas la soliciten específicamente.

- **Transparencia Pasiva:** Transparencia pasiva" en el ámbito público se refiere a la divulgación de información gubernamental en respuesta a solicitudes específicas de información presentadas por ciudadanos, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales u otras partes interesadas.

MARCO NORMATIVO

- **L**ey 44 de 1993, la cual modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944, Quien publique una obra literaria o artística inédita, si ser autorizada por el titular de la misma.

- Ley 1978 - 25 de julio de 2019. Se actualiza el sector de las Tecnologías e Información y las Comunicaciones (TIC),con esto se distribuyen diversas habilidades.

- Ley 1915 - 12 de julio de 2018. Con ella se actualiza la Ley 23 de 1982 y se implementan otros preceptos en materia de derecho de autor y derechos conexos".

- Ley 1581 - 17 de octubre de 2012. "Por la cual se expiden otros mandatos generales para la protección de datos personales".

- Ley 1507 - 10 de enero de 2012. "Con ello se instaura la disposición de otorgar la emulación entre las instituciones del estado en materia de televisión y se adoptan otras disposiciones.

- Ley 1712 de 2014. El objeto de la presente ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

Compromiso con la información institucional a comunicar

Los líderes, coordinadores de áreas y colaboradores que en desarrollo de sus tareas diarias necesiten una estrategia o actividad de comunicación, están en el deber de realizar la solicitud al profesional de comunicaciones, este por ser el encargado de generar los contenidos, piezas y documentos a divulgar, de igual manera este podrá solicitar a otras áreas del Hospital o a otras entidades, insumos necesarios para la producción de la información y se regirá por los formatos, procedimientos, protocolo y políticas de Comunicaciones que se encuentran en la intranet de la institución.

Para tener en cuenta:

- En el Hospital se debe entender la comunicación y la información como bienes públicos, a los que se les confiere un carácter estratégico y se les orientará para el fortalecimiento y posicionamiento del Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E.

- Confidencialidad es respetar la privacidad y confidencialidad de la información del paciente es fundamental. No se debe divulgar detalles médicos sin autorización.

- La información disponible en la página web es de carácter público.El HUDN mantendrá actualizada la página WEB de la entidad y sus redes sociales, atendiendo las disposiciones del Gobierno Digital, seguridad digital es un aspecto crítico en cualquier tipo de transferencia de información en línea. La transferencia de información puede referirse al intercambio de datos, archivos, mensajes o cualquier otro tipo de contenido digital entre dispositivos o a través de redes.

- Claridad: comunicar de manera clara y comprensible tanto con colegas como con pacientes para evitar malentendidos.

- Escucha activa: Escuchar atentamente a los pacientes y sus preocupaciones ayuda a comprender mejor sus necesidades.

- Comunicación interdisciplinaria: Colaborar con otros profesionales de la salud y compartir información de manera efectiva es vital para la atención integral del paciente.

- Actualización: Mantenerse informado sobre los avances médicos y las mejores prácticas de comunicación en el campo de la salud.

- Términos extranjeros: Estos términos pueden incorporarse en la comunicación por diversas razones, como la falta de un equivalente en el idioma nativo, la influencia cultural, la especialización técnica o simplemente como una elección estilística.

- Comunicación de malas noticias: Abordar con sensibilidad la comunicación de malas noticias a los pacientes y sus familias.

- Documentación: Registrar de manera precisa y completa la información médica en la historia clínica del paciente.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

La difusión y divulgación de información y los tipos de comunicación en El Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E, se determinan como Comunicación Interna y Comunicación Externa, la elección de estos tipos de comunicación depende del público objetivo, el propósito de la difusión y los canales disponibles. En muchos casos, se utilizan múltiples formas de comunicación para garantizar que la información llegue a la audiencia deseada de manera efectiva.

Comunicación interna

Las comunicación interna se refiere al proceso de intercambio de información, mensajes y datos dentro de una organización, empresa o entidad entre sus miembros, empleados y áreas. Su objetivo principal es facilitar la transmisión efectiva de información relevante para el funcionamiento de la organización y el logro de sus objetivos. La comunicación interna abarca una amplia variedad de formas y canales, y desempeña un papel fundamental en la cohesión, la colaboración y la eficiencia de la organización.

Niveles de responsabilidad

La responsabilidad de la comunicación interna recae en toda la organización, y no solo en un departamento o individuo específico. Todos los miembros de una organización tienen un papel en el proceso de comunicación interna. Aquí hay una descripción de las responsabilidades compartidas en la comunicación interna:

Líderes y Gerentes: Tienen la responsabilidad de establecer la visión, la estrategia y los objetivos de la organización y comunicarlas de manera efectiva a los empleados. También deben estar disponibles para responder a preguntas y proporcionar orientación.

Departamentos de Comunicaciones: Si la organización cuenta con un equipo de comunicaciones, estos profesionales tienen un papel clave en la planificación y ejecución de estrategias de comunicación interna. Esto incluye la creación de contenido, el uso de canales adecuados y la medición de resultados.

Empleados: Cada miembro del personal tiene la responsabilidad de participar activamente en la comunicación interna. Esto implica escuchar atentamente, hacer preguntas cuando sea necesario y brindar retroalimentación constructiva.

Canales de Comunicación: Los canales de comunicación interna, como reuniones, correos electrónicos, intranets y redes sociales corporativas, deben ser gestionados adecuadamente para garantizar que la información fluya de manera efectiva.

Cultura Organizacional: Todos los empleados contribuyen a la cultura organizacional a través de su comportamiento y sus interacciones. La comunicación interna influye en la cultura, por lo que es responsabilidad de todos mantener un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.

Comunicación externa

La comunicación externa se refiere al proceso de intercambio de información y mensajes entre una organización o empresa y su entorno externo. Este entorno externo puede incluir clientes, proveedores, inversores, medios de comunicación, competidores, agencias gubernamentales, organizaciones sin fines de lucro y el público en general. La comunicación externa desempeña un papel fundamental en la gestión de la reputación y la imagen de la organización en el mercado. Algunos aspectos clave de la comunicación.

Relaciones Públicas: Las estrategias de relaciones públicas se utilizan para gestionar la percepción pública de la organización. Esto incluye la gestión de crisis, la difusión de noticias positivas y el establecimiento de relaciones con los medios de comunicación.

Marketing y Publicidad: La comunicación externa incluye estrategias de marketing y publicidad para promocionar productos, servicios o eventos de la organización.

Comunicación con Clientes y Consumidores: La organización se comunica con sus clientes para proporcionar información sobre productos, servicios, ofertas especiales y soporte al cliente.

Se comunicará la información relevante sobre su funcionamiento, objetivos y los resultados comparativos de la gestión, la socialización de acciones y difusión de lineamientos para la vinculación y participación en los proyecto se iniciativas institucionales, contribuyendo a la Rendición de Cuentas a la ciudadanía en general.

A través de este componente, El Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E, mejora la transparencia y la participación ciudadana por medio de la rendición de cuentas a la comunidad.

Niveles de responsabilidad

La comunicación externa en un hospital universitario departamental implica varios niveles de responsabilidad y consideraciones clave. Estos niveles de responsabilidad pueden dividirse en varias categorías:

Responsabilidad estratégica: La alta dirección del hospital es responsable de establecer la estrategia de comunicación externa del hospital y de garantizar que esté alineada con los objetivos institucionales y las normativas aplicables.

Coordinación y ejecución: El departamento de comunicaciones o relaciones públicas es responsable de planificar y ejecutar las estrategias de comunicación externa. Esto incluye la gestión de medios, relaciones públicas, comunicados de prensa, presencia en redes sociales y otros canales de comunicación externa.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La finalidad de los medios de comunicaciòn es transmitir la información que se construye mediante estrategias y programas desde el Hospital Universitario Departamental de Nariño E.S.E. Estos pueden ser de manera visual, sonora, escrita de manera que la comunidad y las personas interesadas puedan conocer esta misma.

·Prensa/ Radio / Redes Sociales / Correo Institucional / whatsApp Institucional / Facebook e Instagram
Página web / Pantallas /Carteleras / Portafolio de servicios /Papelerías comerciales / Pendones.

Canales de comunicación disponibles

Los canales con los que el HUDN cuenta en la actualidad

No.	Canal	Comunicación Interna	Comunicación Externa
1	Portal web institucional	x	x
2	FACEBOOK: comunichosdenar@ INSTAGRAM:comunichosdenar@ X: comunichosdenar@	x	x
3	Correo electrónico institucional	x	x
4	WhatsApp Institucional	x	
5	Canal Interno de televisión institucional	x	x
6	Intranet	x	
7	Boletines de prensa	x	x
8	Eventos institucionales	x	x
9	Piezas audiovisuales comunicativas	x	x
10	Carteleras	x	x
11	Youtube	x	x

A continuación, se muestran por cada objetivo específico los principales aspectos identificados a comunicar, así como las estrategias, medios y canales a usar por parte del HUDN para realizar la respectiva divulgación. Se define el grupo de interés o de valor al que están dirigidos los mensajes, quién es la dependencia, área o aliado que genera el mensaje y en qué momento se generan los insumos a divulgar.

1

Fomentar la participación en eventos institucionales:
Organizar eventos abiertos al público para fortalecer la conexión entre el hospital y la comunidad, fomentando la participación en charlas, ferias de salud y actividades educativas.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Políticas de salud y seguridad, recursos disponibles equipos y profesionales de la salud.	Todas las áreas de la institución	Ciudadanía en general Servidores públicos	Una vez producida la información	Organizar ferias de salud, charlas y eventos comunitarios para ofrecer servicios , promover la prevención y educar sobre temas de salud. Orientación a directivos y profesionales de la salud y administrativos del HUDN para que sean columnistas y generadores de opinión en medios de comunicación. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional/ WhatsApp institucional.	Publicaciones, Interacciones, comentarios y Acciones en redes sociales Visitas página web Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Fortalecer la imagen institucional del hospital implica mejorar la comunicación, brindar atención de calidad, promover la transparencia y mantener una presencia positiva en la comunidad.	Todas las áreas de la institución	Ciudadanía en general Servidores públicos	Una vez producida la información	Obtener reconocimientos internacionales refuerza la confianza en la calidad de los servicios. Mantener una sólida presencia en plataformas digitales para alcanzar a pacientes internacionales, nacionales y regionales. Publicar experiencias positivas de pacientes para construir confianza. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicaciones Interacciones, comentarios y Acciones en redes sociales Visitas página web Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Informar sobre cualquier investigación, estudios clínicos o avances médicos dentro de cada especialidad.	Todas las áreas de la institución	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Compartir resultados en conferencias, revistas y plataformas especializadas para ampliar su visibilidad. Realizar videos con los líderes de áreas, presentando sus áreas o entregando información del servicio a la comunidad. Direccionamiento Y respuesta a manifestaciones de la comunidad a través de las redes sociales. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicaciones Interacciones, comentarios y Acciones en redes sociales Visitas página web Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Diseñar Manual de Imagen Corporativa	Comunicaciones y directivas.	Personal administrativo y de apoyo.	Una vez producida la información	Realizar diseño del Manual de imagen del Hospital Socialización y aprobación del manual de imagen. **Externos** • Redes Sociales / Página Web **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicación Encuesta Acciones en redes sociales. Visitas página web Personal sensibilizados Correos electrónicos
Articulación de las directivas con el personal de la institución	Gerencia, Subgerencia de Prestación de Servicios o a quien se delegue.	Personal administrativo y de apoyo.	Una vez producida la información	Comunicados de Prensa Comunicados científicos Comunicados de pacientes **Internos** • Correo institucional / WhatsApp institucional.	Redes Sociales

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

2 **Promover historias de éxito y avances médicos:**
Destacar logros y casos de éxito a través de comunicados de prensa y redes sociales para fortalecer la imagen del hospital y aumentar la confianza de la comunidad.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Mantener a la comunidad informada sobre eventos, logros y novedades a través de diversos canales de comunicación.	Todas las áreas.	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Según calendario de Eventos Una vez producida la información	Crear campañas comunicacionales con piezas gráficas para divulgar información sobre programas, servicios , conferencias, simposios , eventos importantes y capacitaciones para el Elaboración de brochure, cartillas, volantes, pendones, backing con información sobre los temas relevantes del HUDN. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Espacio en parrilla de programación en redes sociales. Visitas a página web Publicaciones e interacciones en redes sociales Número de asistentes a eventos Monitoreo de prensa Material publicitario.

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Servicios Y Capacitaciones	Todas las áreas.	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Según calendario de Eventos Una vez producida la información	Crear campañas comunicacionales con piezas gráficas para divulgar información sobre programas, servicios , conferencias, simposios , eventos importantes y capacitaciones para el Externos Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. Internos Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Espacio en parrilla de programación en redes sociales. Visitas a página web Publicaciones e interacciones en redes sociales Número de asistentes a eventos Monitoreo de prensa Material publicitario.
Logros del HUDN	Personal médico. Personal de atención al paciente. Personal administrativo Comunicaciones	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Elaboración de brochure, cartillas, volantes, pendones, backing con información sobre los temas relevantes del HUDN. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicación Encuesta Acciones en redes sociales. Visitas página web Personal sensibilizados Correos electrónicos

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

3 **Aumentar la participación en programas de salud preventiva:**
Diseñar campañas educativas que motiven a la comunidad a participar activamente en programas de salud preventiva, como revisiones regulares y vacunaciones.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Información institucional, servicios médicos, personal médico , información para pacientes noticias y eventos etc	Sistemas.	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Realizar una auditoría exhaustiva del sitio web actual para identificar sus fortalezas y debilidades. Recopilar comentarios de los usuarios. definir objetivos específicos y rediseñar la estructura, asegurando que el sitio web sea accesible para todas las personas y manteniendo el sitio actualizado con información relevante. **Externos** • Página Web. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicación Encuesta Acciones en redes sociales. Visitas página web Personal sensibilizados Correos electrónicos

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Diseño y Navegación Mejorados	Sistemas.	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Rediseñar la estructura y la navegación del sitio web para que sea intuitiva y fácil de usar.. **Externos** • Página Web. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicación Encuesta Acciones en redes sociales. Visitas página web Personal sensibilizados Correos electrónicos
Integración de Tecnología y Funcionalidades	Todas las áreas. Comunicaciones / Sistemas	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Implementar herramientas de búsqueda avanzada para ayudar a los usuarios a encontrar información rápidamente **Externos** • Página Web. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicación Encuesta Acciones en redes sociales. Visitas página web Personal sensibilizados Correos electrónicos

4 Comunicar las estrategias e iniciativas del HUDN como principio de responsabilidad social empresarial.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Misión, Visión y Valores.	Todas las áreas	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Generar piezas comunicativas cortas donde se visualice de manera clara y prominente la misión, visión y valores del hospital, enfatizando su compromiso con la atención de calidad, la ética y la responsabilidad social. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicaciones, Interacciones, comentarios y acciones en redes sociales. Visitas página web Servidores personal sensibilizados Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

Aspecto a comunicar	Quién comunica	A quién le comunica	Cuándo se comunica	Estrategias / medios / canales	Registro o evidencia
Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	Todas las áreas Comunicaciones	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Informar sobre los programas y proyectos específicos de RSE en los que el HUDN está involucrado, como campañas de salud comunitarias, donaciones benéficas, apoyo a organizaciones sin fines de lucro, etc. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicaciones, Interacciones, comentarios y acciones en redes sociales. Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines
Campañas de Salud y Prevención	Personal médico. Personal de atención al paciente. Personal administrativo Comunicaciones	Pacientes y familiares. personal administrativo y de apoyo. comunidad en general.	Una vez producida la información	Promover campañas de salud pública que fomenten la prevención de enfermedades y la promoción de hábitos de vida saludables en la comunidad. **Externos** • Prensa /Entrevista en medios / Redes Sociales / Página Web/ Radio. **Internos** • Intranet / Página Web/ Correo institucional / WhatsApp institucional.	Publicaciones, Interacciones, comentarios y acciones en redes sociales. Correos electrónicos Asistentes a eventos Boletines

- las publicaciones y/o el medio que se utilizara para su divulgación será de acuerdo a las necesidades instituciones o el servicio que lo requiera .
- Las comunicaciones serán emitidas conforme se va desarrollando al plan de comunicaciones.

¿Cómo vamos a hacerlo?

Para dar cumplimiento a lo anteriormente expuesto, nos basamos en los siguientes puento.

Estrategia de seguimiento al Plan Institucional de Comunicaciones

El seguimiento de este plan de comunicaciones es esencial para asegurar de que se cumplan cabalmente los objetivos y realizar ajustes que sean necesarios.

El acompañamiento se realizará de esta manera:

• Establecer indicadores de rendimiento.

• Compartir regularmente informes sobre el rendimiento de los esfuerzos que se hacen desde comunicaciones con los interesados para organizar la información a divulgar. Con ello se mostrará la transparencia y colaboración.

Indicador

1.La cantidad de solicitudes realizadas por las áreas a comunicaciones / Cantidad de publicaciones.

2. Volumen de productos elaborados desde el área de comunicaciones.

3. Las solicitudes de cada área se debe realizar vía correo electrónico.

Meta

1 Dar cumplimiento de la totalidad del plan.

2 El objetivo propuesto en este Plan se verá reflejado el alcance de los productos a realizar .

Referencias Bibliográficas

- www.funcionpublica.gov.co › eva › gestornormativoLey 44 de 1993 - Gestor Normativo - Función Pública
- De las sanciones. Artículo 51.-. Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de cinco (5) a veinte (20) salarios legales mínimos mensuales: Quien publique una obra literaria o artística inédita, o parte de ella, por cualquier medio, sin la autorización previa y expresa del titular del derecho.
- https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3429/ Similitud 25%
- www.funcionpublica.gov.co › eva › gestornormativoLey 1978 de 2019 - Gestor Normativo - Función Pública.
- (Ver Sentencia de la Corte Constitucional C-127 de 2020) Por la cual se moderniza el Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC, se distribuyen competencias, se crea un Regulador Único y se dictan otras disposiciones. EL CONGRESO DE COLOMBIA. DECRETA: ARTÍCULO 1. Objeto.
- https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=98210/ Similitud 25%
- Leyes - Dirección Nacional de Derecho de Autor
- http://derechodeautor.gov.co/en/leyes Similitud 17%
- Política de Protección de Datos Personales
- https://www.minambiente.gov.co/politica-de-proteccion-de-datos-personales/
- Similitud 17%
- Plan de Comunicaciones 2020 – 2023
- https://www.hospitaltomasuribe.gov.co/web/wp-content/uploads/2022/10/Plan-de-Comunicaciones-2020-2023.pdf
- Similitud 13%
- Ley 1507 de 2012 - Gestor Normativo
- https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45327

Original Firmado	Original Firmado	Original Firmado
Elaborado por: Mº Alejandra Arteaga	Revisado por: Rubén Chaves Bravo	Aprobado por: Nilsen Alvear Acosta
Comunicadora Social	Jefe Oficina Asesora de Planeación	Gerente Hudn
Fecha de Publicación :		

HOSPITAL UNIVERSITARIO DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.

HOSPITAL UNIVERSITARIO
DEPARTAMENTAL DE NARIÑO E.S.E.