

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 1 DE 16		

FECHA DEL CAMBIO	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO	VERSIÓN
29/01/2018	Elaboración del documento		1
31/09/2019	Inclusión grupos de WhatsApp en canales y estrategias de comunicación	Actualización del procedimiento	2
26/08/2020	Se ajusta Normatividad faltante, definiciones, actualización de actividades de comunicación externa, ventajas de la comunicación externa, manejo de medios de comunicación	Actualización del documento	3
22/02/2022	Inclusión de definiciones clave, estrategias separadas y matriz DOFA para comunicación interna y externa; propuesta de nuevas tácticas y canales de comunicación para cada objetivo.	Actualización del documento	4
28/02/2023	Inclusión de Soporte legal, inclusión de definiciones clave, ajuste de matriz DOFA para comunicación interna y externa, ajuste de Grupo Objetivo (Decisores), tácticas de estrategias de comunicación interna y externa, Ajuste de indicadores de gestión, inclusión de documento anexo.	Actualización del documento	5
2/06/2023	Inclusión de Encuesta de Medición de Impacto de las Redes Sociales en actividades de la institución.	Actualización de documento	6

1 OBJETIVO

Dar solución a las necesidades de comunicación interna y externa identificadas en el formato AGICOf01-220 diligenciado por cada área o proceso de la institución.

2 ALCANCE

Este plan aplica para todas las comunicaciones internas o externas, que divulguen la gestión realizada por la ESE SALUD DEL TUNDAMA, inicia con la identificación de las necesidades de cada área de proceso y finaliza con la prestación, evaluación y mejora de servicios de comunicación efectiva a sus colaboradores y la comunidad en general.

3 RESPONSABLE O DUEÑO DEL PROCESO

- Gestión de la Información y comunicación organizacional.

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		 ACREDITACIÓN EN SALUD
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES	PÁG. 2 DE 16			

- Gerente
- Líderes de Procesos.

4 SOPORTE LEGAL Y DOCUMENTAL

- Decreto 1011 del 3 de abril de 2006, establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención en Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud, y define las normas, requisitos, mecanismos y procesos desarrollados en el sector salud para generar, mantener y mejorar la calidad de los servicios de salud en el país.
- Manual de estándares para la acreditación de instituciones prestadoras de servicios de salud del que trata la resolución 123 de 2012, Resolución 5095 de 2018; por medio de la caula se adopta el manual de acreditación en salud ambulatorio y hospitalario de Colombia, versión 3.1 y se presentan los lineamientos que guiarán el proceso de acreditación para las instituciones hospitalarias y ambulatorias y los estándares de acreditación correspondientes. Que los estándares se basan en un enfoque sistémico que entiende la atención en salud como centrada en el usuario y su familia, en el mejoramiento continuo de la calidad y en el enfoque de riesgo; todos los estándares deben ser entendidos desde la perspectiva del enfoque de riesgo (identificación, prevención, intervención, reducción, impacto) y de la promoción de la excelencia, dando cumplimiento al estándar 152.
- **Resolución 2082 de 2014**, establece las condiciones que deben cumplir los prestadores de servicios de Salud para Acreditar sus servicios e implementar el componente de Acreditación.
- **Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG):** El Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG en su versión actualizada se define como un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio.
- **Ley 1712 de 2014:** Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.
- **Resolución 3564 de 2015 de Ministerio de tecnologías de la Información y las comunicaciones:** Lineamientos respecto de los estándares de publicación y divulgación de la información, accesibilidad en medios

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOp102-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 3 DE 16		

electrónicos para población en situación de discapacidad, formulario electrónico para la recepción de solicitudes de acceso a la información pública, datos abiertos y condiciones de seguridad en medios electrónicos.

- **Manual de imagen institucional de la ESE Salud del Tundama:** El manual de imagen de la ESE Salud del Tundama, es una guía práctica que establece normas de utilización de la imagen corporativa y el manejo de las piezas y/o elementos que hacen parte de la comunicación visual de la entidad.
- **Decreto 103 de 2015 (enero 20): artículo 13.** Accesibilidad en medios electrónicos para población en situación de discapacidad. Todos los medios de comunicación electrónica dispuestos para divulgar la información deberán cumplir con las directrices de accesibilidad que dicte el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a través de los lineamientos que se determinen en la Estrategia de Gobierno en línea.
- **Manual de Gobierno en Línea:** Esta nueva estrategia, que se plasma en el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 1078 de 2015. Comprende cuatro grandes propósitos: lograr que los ciudadanos cuenten con servicios en línea de muy alta calidad, impulsar el empoderamiento y la colaboración de los ciudadanos con el Gobierno, encontrar diferentes formas para que la gestión en las entidades públicas sea óptima gracias al uso estratégico de la tecnología y garantizar la seguridad y la privacidad de la información.
- **Ley 2191 DE 2022:** Por medio de la cual se regula la desconexión laboral - ley de desconexión laboral

5 DEFINICIONES

- **Alcance (Redes sociales):** Hace referencia a la cantidad de usuarios que han visto al menos una vez las publicaciones en redes sociales en la sección de noticias; y se trata de un indicador que muestra qué tanta atención te están prestando los usuarios en dichas plataformas.
- **Audiencia:** Conjunto de personas que interactúan con las publicaciones de una fan page o perfil de una red social.
- **Canal de comunicación:** Medio por el cual se transmite la señal con la información de intercambio entre el emisor y el receptor. El mensaje puede ser verbal, visual -no verbal- o escrito y se puede transmitir a través de una carta, un correo electrónico, el teléfono, un telegrama o a través de los medios de comunicación. Para lograr una comunicación eficaz es necesario saber seleccionar el canal de transmisión (Banco de la República, 2015).

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 4 DE 16		

- **Cartelera Digital:** Es una red de pantallas (LCD, LED, PLASMA etc.) que permite comunicar mensajes audiovisuales, diseñados especialmente para informar, educar y motivar a su audiencia.
- **Cartelera Física:** Es un tablero adaptado para la institución en donde, a través de comunicados, piezas gráficas, resoluciones o normativas impresas, se dan a conocer cambios, reconocimientos o información de interés general para todos los usuarios que asisten a las instalaciones de forma presencial.
- **Comunicación:** Proceso de transmisión de información de un emisor a un receptor a través de un medio. En la transmisión y la recepción de esa información se utiliza un código específico que debe ser codificado por el emisor y decodificado por el receptor.
- **Comunicación formal:** es la que se da a través de las fuentes y/o los canales oficiales de la organización (Andrade, 2005).
- **Comunicación Informal:** es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales. Generalmente se da de boca en boca y se le suele conocer como “radio pasillo”, término que resulta muy gráfico para entender su naturaleza (Andrade, 2005).
- **Comunicación Organizacional:** Es un campo del conocimiento humano que estudia la forma en que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones y entre estas y su medio (Andrade, 2005). 7-, ny
- **Comunicación Corporativa:** se compone de un sin número de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen en una forma eficiente.
- **Comunicación Externa:** Consiste en divulgar información oportuna y relevante de la Administración a los diferentes públicos externos con los que se relaciona. A través de la comunicación externa, una organización gestiona la imagen que quiere proyectar al mercado o a la sociedad.
- **Comunicación Interna:** La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de transmisión que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos de dicha organización.

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 5 DE 16		

- **Emisor:** Elemento o la instancia en que se crea en mensaje. Algunos investigadores se refieren a la persona o grupo de personas emisoras como “fuente”. El proceso que sigue el emisor para comunicar su idea es el siguiente: la codifica en un sistema de símbolos mismo que deberá ser compartido y claro por quien lo recibe. De ahí que al individuo u organización que desarrolla el mensaje también se le denomine “codificador”.
- **Estrategia:** “Patrón de acciones y recursos diseñados para alcanzar las metas de la ESE Salud del Tundama”.
- **Facebook Live:** es la herramienta de reproducción de vídeo en tiempo real de la red social **Facebook**, que permite a todos los usuarios del mundo compartir videos en vivo con sus seguidores y amigos.
- **Fan Page:** La Fan Page es una página creada especialmente para ser un canal de comunicación con **fans** dentro de Facebook (**fan page** = página para **fans**, en traducción literal). A diferencia de los perfiles, las Fanpages son espacios que reúnen a personas interesadas en un asunto, empresa, causa o personaje en común.
- **Free press** o comunicado de prensa es una de las herramientas más potentes y eficaces para difundir informaciones claves en torno a tu negocio, de manera que los usuarios, clientes, consumidores y público en general esté al tanto de las novedades y noticias de la empresa
- **Flyer:** Es un volante o papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles, y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.
- **Formato Historia:** Es una pieza gráfica con estándar de medidas 1080 x 1920 píxeles que se publica en redes sociales como parte de estrategias de comunicación. Tiene una duración de 24 horas de exposición al público y suelen usarse como herramienta de alcance para dar información momentánea. Puede ser en video o pieza estática.
- **Infografía:** Es una representación visual de información “en la que intervienen descripciones, narraciones o interpretaciones, presentadas de manera gráfica normalmente figurativa, que pueden o no coincidir con grafismos abstractos y/o sonidos.
- **Jingle:** Es un tema musical cantado o canción breve utilizada con fines publicitarios. Puede ser melódico o cualquier otro género musical, de modo que se consigue que la marca sea fácilmente recordada por las personas.

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 6 DE 16		

- **Mass media (Medio de Comunicación Masiva):** Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia que cumpla simultáneamente con tres condiciones: ser elevado (o sea no reducido), ser amplio y heterogéneo, y básicamente ser anónimo; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros. Los medios masivos son utilizados en la publicidad, la mercadotecnia, la propaganda y muchas formas más de comunicación.
- **Mensaje:** Es una cadena finita de señales producidas, mediante reglas precisas de combinación, a partir de un código dado”. El proceso de su transmisión involucra un canal, que es empleado por un emisor que codifica las señales para que éstas lleguen a un receptor quien, a su vez, descodifica la estructura recibida. Para que el mensaje sea efectivo y cumpla con el objetivo de quien lo emite, debe “ser transmitido con un mínimo de errores”.
- **Meta u objetivo:** “Resultados deseados para el área de comunicaciones frente a los propósitos de la ESE Salud del Tundama. (...) Marcan la dirección de todas las decisiones administrativas y forman los criterios con los que se miden los logros de la gerencia y de la entidad.
- **Pieza Gráfica:** Es composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades. Se relaciona muy fuertemente con la publicidad, la cual es usada tanto en vía pública como en revistas o prensa escrita.
- **Planes:** “Documentos en los que se explica cómo se van a alcanzar las metas, así como la asignación de recursos, calendarios y otras acciones necesarias para concretarlas.” En otras palabras, describen las estrategias a seguir.
- **Póster:** es un término que hace referencia a un cartel que se fija en la pared.
- **Programa:** Conjunto de planes de una sola vez (diseñados para una actividad o un periodo específico) para un proyecto importante dentro de las metas globales de la ESE Salud del Tundama.
- **Público interno:** Este grupo estará constituido por las personas que laboran en la ESE Salud Del Tundama, empleados, trabajadores oficiales y contratistas.
- **Público externo:** Estará conformado por toda la comunidad en general, empresas, organizaciones sociales y comunitarias, asociaciones, instituciones educativas, y todas las personas que tengan alguna relación

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 7 DE 16		

con la ESE Salud del Tundama, sea ésta geográfica, de servicio. Además, se integrará a éste el público global: turistas, invitados de otras ciudades y países, entre otros.

- **Receptor:** A quien recibe el mensaje, y que también puede fungir como emisor, se le conoce como “receptor”, “destino”, “destinatario” o “enunciario”. Se trata de un individuo que conoce los signos que son estructurados con la finalidad de comunicarle un mensaje. Su papel nunca es pasivo, sino, más bien, creativo en todas las formas: cuando el receptor descodifica también no reproduce la idea inicial del emisor, sino que reelabora el mensaje y añade a este parte de su experiencia, sus opiniones, su cultura, su situación.
- **Reel:** Instagram Reels es un formato de video que está disponible para los usuarios de la aplicación de Instagram, que tiene una duración máxima de 15 segundos, se puede publicar en la sección de Stories o en el feed, o enviárselo a otro usuario como mensaje directo, se pueden agregar pistas de audio, filtros y logran un mejor y mayor alcance.
- **Segmentación demográfica:** Se refiere a las personas que forman un mercado específico para un producto o servicio en función de los datos demográficos y toma en cuenta variables como la edad, ingresos, grado de estudios, nacionalidad, raza, religión, ocupación, etc.
- **Usuario:** Personaje principal de la trama informática, es el principio y fin del ciclo de transferencia de la información: él solicita, analiza, evalúa y recrea la información. Por tanto, la creación, organización y evaluación de unidades de información están determinadas por las necesidades de sus usuarios, hay sean estos reales o potenciales. Precisar las características de la comunidad de usuarios, incluyendo sus necesidades de información, debe ser una actividad sistematizada.

6 DESARROLLO PLAN DE COMUNICACIONES

6.1. IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES DE COMUNICACIÓN

Basados en el procedimiento de identificación de necesidades de información, comunicación y tecnologías (Código AGICOf01-220) se aplica el diligenciamiento del formato dispuesto para la recolección de información a las partes interesadas pertinentes (internas o externas), para dar respuesta efectiva a las mismas de forma priorizada y oportuna.

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 8 DE 16		

6.2. COMUNICACIÓN INTERNA

Es el proceso para compartir y mantener un flujo de información entre los trabajadores y una empresa, esto con el fin de fomentar el compromiso con las metas y la cultura de una organización, además de orientar la difusión de políticas y la información generada al interior de la administración de la E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA; entendiendo el término “cultura organizacional” como la construcción social de la identidad de la organización, expresada a través de un conjunto de valores compartidos por la mayoría de los trabajadores y contratistas, buscando que las personas que hacen parte de la institución y especialmente los equipos de trabajo, creen condiciones adecuadas para un mejor desempeño y para aportar efectivamente a las estrategias planteadas en el Plan de Desarrollo.

DOFA Interno

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> Contaminación visual con exceso de pendones, afiches y tableros Contaminación auditiva. No hay sincronía entre los audios de los parlantes y los videos de tv, lo que interfiere con el llamado a los pacientes 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisar formatos de pendones que se puedan convertir a entregables para el paciente para descongestionar pasillos y rutas de evacuación. Socialización de hábitos laborales que fortalezcan la cultura organizacional de la entidad
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Compromiso, Sentido de pertenencia y apropiación de la entidad por parte de trabajadores y contratistas. Difusión de buenas prácticas, servicios y reconocimientos por parte de líderes y colaboradores 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Falta de lenguaje asertivo para socialización de temas técnicos, legales o financieros. Falta de comprensión de información importante, que conlleva a la ruptura de la cultura organizacional.

6.2.1. OBJETIVOS

- Promover la apropiación y sentido de pertenencia de la entidad para trabajadores y contratistas.
- Fortalecer la Cultura y Clima organizacional
- Establecer estrategias para difusión de información y herramientas efectivas tanto para colaboradores como para usuarios.

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOp102-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 9 DE 16		

6.2.2. GRUPO OBJETIVO

Interno:

6.2.2.1 Decisores: Personas de entre 18 y 50 años de edad, residentes de la ciudad de Duitama, afiliados a Salud Total, Coosalud, Nueva EPS, Compensar, Cajacopi, Sanitas que visiten frecuentemente las instalaciones de la E.S.E. Salud del Tundama

6.2.2.2 Trabajadores y contratistas: Personas entre los 20 y 60 años, residentes de la ciudad de Duitama, cuyo perfil profesional se desenvuelva en el sector de la salud, administrativo o gestión de calidad, contratados directa o indirectamente por la institución que sirvan como canales de voz a voz para divulgar la gestión de la E.S.E. Salud del Tundama.

6.2.2.3 Entidades de control y vigilancia: Instituciones que vigilen el cumplimiento de normas de alta calidad y que funcionen como amplificadores de información propia de la E.S.E. Salud del Tundama.

6.2.3. CANALES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Objetivo General	Objetivo Específico <i>Interno</i>	Estrategia	Táctica	Canal
Dar solución a las necesidades de comunicación interna y externa identificadas en el formato AGICOf01-220 diligenciado por cada área o proceso de la institución.	1. Promover la apropiación y sentido de pertenencia de la entidad para trabajadores y contratistas	Realizar actividades que integren y promuevan la participación de trabajadores y contratistas en las diferentes jornadas de bienestar, auditorías, comités y demás reuniones que solicite de la institución	<ul style="list-style-type: none"> Invitación a participar en jornadas y actividades a los trabajadores y contratistas Actividades deportivas y lúdicas Jornadas de capacitación profesional y personal, con lenguaje apropiado para la comprensión y entendimiento de temas técnicos, legales o financieros. Pausas activas 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones y comités Juntas directivas Correo electrónico institucional Telefonía IP Cartelera digital e impresas Grupos de Whatsapp Institucional atendiendo al formato de aceptación de grupos de whatsapp y al envío de mensajería en horas laborales conforme a la Ley. Protectores de pantalla de PC Página web
	2. Fortalecer la Cultura y Clima organizacional	Crear jornadas de capacitación lúdicas que fortalezcan los hábitos laborales y buenas prácticas de servicio .	<ul style="list-style-type: none"> Actividades lúdicas en donde se comunique de forma asertiva, clara y amigable sobre los diferentes procesos de la entidad. 	<ul style="list-style-type: none"> Reuniones y comités. Cartelera digital e impresas Grupos de Whatsapp Institucional atendiendo al formato de aceptación de

 <p>E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA</p> <p>APOYO</p>	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 10 DE 16		

			<ul style="list-style-type: none"> Jornadas de pausas activas en donde se promuevan hábitos laborales y buenas prácticas de servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> grupos de whatsapp y al envío de mensajería en horas laborales conforme a la Ley. Protectores de pantalla de PC
3. Establecer estrategias para difusión de información y herramientas efectivas tanto para colaboradores como para usuarios.	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollar herramientas creativas que permitan la comprensión y fácil divulgación de información entre colaboradores usuarios. Entregar informes de resultados obtenidos a través de las herramientas 	<ul style="list-style-type: none"> Generar contenidos atractivos, fáciles de entender y divulgar para su correcta apropiación A través de los informes de resultados de actividades, estrategias o tácticas, se deberá analizar y tomar de decisiones con respecto a ejecución e implementación. 	<ul style="list-style-type: none"> Pantallas de Tv instaladas Cartelera Grupos de Whatsapp Institucional atendiendo al formato de aceptación de grupos de whatsapp y al envío de mensajería en horas laborales conforme a la Ley. Protectores de pantalla de PC 	

6.3. COMUNICACIÓN EXTERNA

DOFA Externo

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> Baja información de Canales de solicitud de citas para usuarios. Baja información de requisitos u horarios de atención. Baja difusión a medios locales de logros, actividades e información en general para la población. Demora en respuesta a inquietudes solicitadas a través de los canales de comunicación 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> Uso de herramientas digitales para generar experiencias e interacción con los usuarios Uso de canales digitales de comunicación (chats) para generar cercanía con los usuarios.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Percepción de los ciudadanos con excelente servicio y calidad humana Variedad de programas de apoyo para las diferentes edades Estrategias creativas de promoción de servicios, días especiales o celebraciones. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> No hay información básica de requisitos para solicitudes especiales, horarios y servicios de atención de la E.S.E. salud del Tundama Quejas frecuentes de actitud de colaboradores en el servicio Falta de señalización de lugares especiales para usuarios notables.

 <p>E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA</p> <p>APOYO</p>	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		 <p>ACREDITACIÓN EN SALUD</p>
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 11 DE 16		

6.3.1. OBJETIVOS

1. Fortalecer la identificación de la E.S.E. Salud del Tundama como la institución prestadora de servicios de salud más importante de la región.
2. Fortalecer estrategias de comunicación para usuarios y medios de comunicación locales y regionales
3. Fortalecer la interacción y la confianza de los usuarios con la E.S.E. Salud del Tundama.

6.3.2 GRUPO OBJETIVO:

Externo:

6.3.2.1 Influenciadores de decisión: Niños y jóvenes entre los 8 y 18 años residentes de la ciudad de Duitama que visiten frecuentemente las instalaciones de la E.S.E. Salud del Tundama y que tengan poder de influencia en las decisiones que tomen sus padres o acudientes con respecto a servicios y temas de salud.

6.3.2.2 Decisores:

- Personas de entre 18 y 50 años de edad, residentes de la ciudad de Duitama, afiliados a Salud Total, Coosalud, Nueva EPS, Compensar, Cajacopi, Sanitas que visiten frecuentemente las instalaciones de la E.S.E. Salud del Tundama.
 - Personas de entre 18 y 80 años de edad, residentes de la ciudad de Duitama, no afiliados a ningún prestador de servicio.
 - Personas de entre 18 y 80 años de edad de nacionalidad extranjera, residentes en la ciudad de Duitama afiliados o no a un prestador de servicio

6.3.2.3 Entidades aliadas: Entidades que vigilen o sirvan como aliados estratégicos en la amplificación de información propia de la E.S.E. Salud del Tundama.

6.3.2.4 Proveedores: Entidades, personas o empresas que sirvan como entes reguladores de calidad y para los que la E.S.E. Salud del Tundama sirva como caso de éxito y apoyo.

CORE:

Duitamenses, migrantes, personas afiliadas o no filiadas a entidades prestadoras de salud que requieran servicios especializados y decidan, por calidad, atención, profesionalismo y rapidez, realizarlos y seguir su conducto clínico en la E.S.E. Salud del Tundama

 <p>E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA</p> <p>APOYO</p>	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 12 DE 16		

6.3.3 CANALES Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:

Objetivo General	Objetivo Específico <u>Externo</u>	Estrategia	Táctica	Canal
<p>Dar solución a las necesidades de comunicación interna y externa identificadas en el formato AGICOf01-220 diligenciado por cada área o proceso de la institución.</p>	<p>1. Fortalecer la identificación de la E.S.E. Salud del Tundama como la institución prestadora de servicios de salud más importante de la región</p>	<p>Divulgar la importancia de la acreditación de calidad para una institución prestadora de salud boyacense</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Videos informativos tipo reel en donde se hable de ¿qué es la acreditación de calidad?, ¿Porqué la otorgan?, ¿Quiénes son merecedores de esta acreditación?, ¿Qué implica tener esta acreditación?, etc • Videos o piezas gráficas testimoniales en donde los usuarios cuenten su experiencia en la institución • Videos o piezas gráficas de los profesionales de la salud, administrativos y colaboradores que intervengan en el proceso de evaluación de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Página web, Medios de comunicación digitales
	<p>2. Fortalecer estrategias de comunicación para usuarios y medios de comunicación locales y regionales</p>	<p>Estrategia de contenidos en Redes sociales y medios masivos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de contenidos con información de interés general como medios y horarios de agendamiento de citas, requisitos para la autorización de exámenes, tiempo de entrega de resultados, etc. • Celebración de días internacionales de salud con datos, cifras o tips de cuidado • Campañas de bienestar y salud para la comunidad • Tips de autocuidado, cifras y datos • Socialización de Jornadas de vacunación • Socialización de actividades de los programas de la institución 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, correos electrónicos masivos, envío de mensajería de texto. Grupos de Difusión de Whatsapp para medios regionales y locales

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 13 DE 16		

	3. Fortalecer la interacción y la confianza de los usuarios con la E.S.E. Salud del Tundama.	Estrategia de contenidos que permita la repuesta y opinión de los usuarios mediante herramientas digitales llamativas	<ul style="list-style-type: none"> • Formatos llamativos como reels y tik toks en tendencia. • Creación de historias interactivas con cajas de preguntas, espacios de respuestas, encuestas, etc • Promoción de juegos interactivos del área de odontología, implementados en la página web de la institución 	<ul style="list-style-type: none"> • Historias de Facebook, Facebook live, InstaStories, reels de instagram, Youtube y programas radiales.
--	--	---	--	---

6.4 MANEJO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- La totalidad de las comunicaciones que sean emitidas por la E.S.E. Salud del Tundama por cualquiera de los medios de comunicación mencionados, ya sea a nivel local, departamental o nacional, deben contar previamente con la aprobación de la gerencia, con el fin de garantizar la veracidad de la información, el adecuado manejo de la imagen corporativa y la utilización de un lenguaje sencillo y entendible para los diferentes públicos, en caso de ausencia o delegación de la gerencia, esta labor será realizada por el(a) profesional especializado.
- El proceso de gestión de la información y comunicación organizacional de la E.S.E. Salud del Tundama define los medios institucionales de acuerdo con las necesidades de información y comunicación de sus diferentes públicos y su tratamiento se define de acuerdo con las políticas de comunicación.
- El proceso de gestión de la información y comunicación organizacional de la E.S.E. Salud del Tundama garantiza a través de los medios de comunicación institucionales, la divulgación de las acciones, decisiones y logros de la entidad que sean de interés de la comunidad.
- La institución mantiene relaciones cordiales con los medios de comunicación, con el fin de buscar a través de ellos informar a la comunidad sobre los avances significativos de su gestión.

 APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 14 DE 16		

6.5 ENCUESTA DE MEDICIÓN DE IMPACTO

OBJETIVO: Medir el impacto de acogida de las redes sociales en los usuarios y su asistencia a los programas especiales de la E.S.E. Salud del Tundama

- ¿Qué redes sociales frecuenta más?
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Tik Tok
- ¿Sabe usted que la E.S.E. Salud del Tundama cuenta con Redes Sociales?
 - Si
 - No
- ¿Asistió a los programas que ofrece la E.S.E. Salud del Tundama por la publicación que se hizo en redes sociales de la institución?
 - Si
 - No
- ¿Considera que la información que se publica en redes sociales de la E.S.E. Salud del Tundama le ha servido?
 - Si
 - No

7 INDICADORES

Tabla 1. Indicador - 16. Respuesta Oportuna a las necesidades de comunicación.3793

INFORMACION GENERAL	<p>NOMBRE: Respuesta Oportuna a las necesidades de comunicación.</p> <p>DESCRIPCIÓN: Aprovechar las tecnologías de comunicación con el fin de agregar valor a la atención de nuestros usuarios y mejorar las herramientas de gestión de cara a nuestros funcionarios.</p> <p>PROPÓSITO: Realizar el análisis de las actividades que dan oportuna entrega de necesidades de comunicación acorde a las necesidades de los procesos institucionales.</p> <p>ENFOQUE O DIMENSIÓN: Indicador de Proceso (Eficacia).</p>
----------------------------	--

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 15 DE 16		

FUENTE DE INFORMACION	Solicitudes de diligenciamiento del formato de necesidades de información.
ASOCIADO A	Macroproceso Apoyo PROCESO: Gestión de la información y comunicación organizacional SUBPROCESO: Gestión de comunicaciones
RESPONSABLE OPERATIVO	Líder de comunicaciones
RESPONSABLE ANALISIS	Líder Gestión de la Información (Gestión de la Información)
UNIDAD DE MEDIDA	Porcentaje
FRECUENCIA	Trimestral
ESTANDAR ESPERADO	META ÓPTIMA: 100 % (VERDE) META ACEPTABLE: 90%-99% (AMARILLO) NIVEL DEFICIENTE: 89% (ROJO)
COMPOSICION	Numerador: Número de necesidades de comunicación realizadas Denominador: Número total necesidades de comunicación solicitadas
FORMULA	$(\text{Número de necesidades de comunicación realizadas} / \text{Número total necesidades de comunicación solicitadas.}) * 100$

Tabla 2. Indicador - Análisis de Crecimiento de Audiencia y Alcance de Redes Sociales.
4933

INFORMACION GENERAL	<p>NOMBRE: Análisis de Crecimiento de Audiencia y Alcance de Redes Sociales</p> <p>DESCRIPCIÓN: Permite medir el aumento de seguidores y el alcance obtenido con las publicaciones en redes sociales</p> <p>PROPÓSITO: Realizar seguimiento mensual al comportamiento de las publicaciones y el alcance de cada una de ellas.</p> <p>ENFOQUE O DIMENSIÓN: Indicador de Proceso (Efectividad).</p>
FUENTE DE INFORMACION	Estadísticas Redes Sociales: Facebook, Twitter e Instagram
ASOCIADO A	Macroproceso Apoyo PROCESO: Gestión de la información y comunicación organizacional SUBPROCESO: Gestión de comunicaciones

 E.S.E. SALUD DEL TUNDAMA APOYO	GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	AGICOpI02-220		
	SISTEMA DE GESTIÓN MEJORAMIENTO CONTINUO Y GESTIÓN DE EVALUACIÓN Y CONTROL	VERSIÓN	4	
		FECHA DE APROBACIÓN	29/09/2020	
PLAN DE COMUNICACIONES		PÁG. 16 DE 16		

RESPONSABLE OPERATIVO	Líder de comunicaciones
RESPONSABLE ANALISIS	Líder de comunicaciones
UNIDAD DE MEDIDA	Número
FRECUENCIA	Mensual
ESTANDAR ESPERADO	META ÓPTIMA: 100 % (VERDE) META ACEPTABLE: 91%-99/ (AMARILLO) NIVEL DEFICIENTE: <90% (ROJO)
COMPOSICION	Numerador: Número de Personas alcanzada Denominador: Numero de aumento de seguidores
FORMULA	Número de Personas alcanzadas

8 ANEXOS

ANEXO 1. Protocolo de Manejo de Grupos de WhatsApp Versión 1 - AGICOpt01-22