

# **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**



**2019**

**HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA**  
**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**  
**2019**



**TABLA DE CONTENIDO**

Introducción.....	3
Objetivos .....	4
Marco legal.....	5
Marco conceptual .....	8
Contexto comunicativo .....	11
Medios de comunicación .....	12
Diagnóstico.....	14
Comunicación interna.....	14
Comunicación externa.....	23
Plan Estratégico de Comunicaciones.....	26

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



## 1. INTRODUCCIÓN

El Hospital Federico Lleras Acosta es una Empresa Social del Estado que se dedica a ofrecer servicios de salud a la ciudadanía Ibaguereña y Tolimense desde hace 46 años. Actualmente es el único centro de salud de carácter público de tercera y alta complejidad del departamento, por lo cual es el punto de referencia en cuanto a entidades de salud.

Dicha institución cuenta con un modelo de gestión por procesos los cuales agrupan la totalidad de las áreas administrativas y asistenciales. Actualmente cuenta con 976 funcionarios públicos entre personal administrativo y asistencial, distribuidos así; 314 en planta definitiva, 603 temporales y 59 supernumerarios, cabe aclarar que dicha cifra no incluye contratistas (servicios generales, seguridad y demás) y su sede principal está ubicada en el barrio La Francia.

De acuerdo a los lineamientos que dicta la Normatividad Colombiana vigente, a través de artículos como La Ley 1712 del 2014, La Resolución 3564 de 2015, algunas circulares de la Superintendencia de Salud y otras estrategias de orden nacional, emanadas por medio de sus ministerios y demás entidades que enmarcan el aspecto comunicativo, el Hospital Federico Lleras Acosta ratifica la importancia de implementar acciones propias de la Comunicación como mecanismos facilitadores y coadyuvantes en el cumplimiento de la Misión global de la entidad.

Gracias a la gestión que se realiza desde el área de Docencia e Investigación en convenio con la academia local, actualmente el centro de salud incorpora Comunicadores Sociales y Periodistas en modalidad de pasantía y ejecuta estrategias bajo la dirección de la oficina asesora de Planeación y Gestión de la Calidad. Dicha estructura comprende la realización del presente documento que

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



corresponde al Plan Estratégico de Comunicaciones con vigencia del año en curso, con la posibilidad de modificarse durante el segundo semestre académico.

## 2. OBJETIVOS

### General

Diseñar un Plan Estratégico de Comunicaciones que involucre todo el componente de comunicación que actualmente desarrolla el Hospital Federico Lleras Acosta, en la oferta de servicios de Salud conforme la normatividad nacional vigente.

### Específicos

- 🕒 Reconocer el estado de los procesos comunicativos, informativos y de cultura organizacional que se desarrollan en la entidad.
- 🕒 Apropiar la Comunicación Interna como una habilidad que ofrece alternativas y beneficios a las relaciones sociales del recurso humano del Hospital.
- 🕒 Incrementar la apropiación y el reconocimiento de la institución, a través del estilo corporativo que se proyecta con acciones, personajes, documentos, etc.
- 🕒 Promover una cultura de permanente diálogo y análisis de la utilidad de las diferentes piezas que se realizan.

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



### 3. MARCO LEGAL

Todo el contenido conceptual, las actividades, las estrategias y demás aspectos enunciados en el presente Plan Estratégico de Comunicaciones se basan en la Normatividad Nacional que rige al Hospital Federico Lleras Acosta. En ese sentido algunos de los aspectos legales son:

🕒 Política de Gobierno en Línea: en desarrollo de las políticas y directivas del Gobierno Nacional en materia de Gobierno en Línea, se deben aplicar las siguientes políticas:

a. Fortalecer la relación de los ciudadanos con la institución a partir de la adecuada atención y provisión de los servicios, buscando la optimización en el uso de los recursos.

b. Abrir los datos públicos para impulsar la participación, el control social y la generación de valor agregado.

c. Facilitar la evolución de la gestión de TI de la institución hacia un modelo estandarizado que aplica el marco de referencia de arquitectura empresarial para la gestión de TI.

d. Fortalecer el intercambio de información entre entidades y sectores

e. Garantizar la libre adopción de tecnologías, teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de los organismos internacionales competentes e idóneos en la materia, que permitan fomentar la eficiente prestación de servicios, emplear contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como garantizar la libre y leal

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



competencia, y que su adopción sea armónica con el desarrollo ambiental sostenible.

f. Desarrollar nuevas formas de usar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para producir cambios que generen nuevo y mayor valor público.

g. Implementar soluciones específicas para problemas públicos, mediante el estímulo y aprovechamiento del interés y conocimiento de la sociedad, al igual que un esfuerzo conjunto dentro de las propias entidades públicas y sus servidores. (Decreto 2573 de 2014. Por el cual se establecen los lineamientos generales de la estrategia de Gobierno en Línea).

🔗 En el Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano MECI, adoptado mediante Decreto 943 de 2014, se encuentra consignado un eje transversal de Información y Comunicación: (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2014)

*"Está conformado por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos (humanos y tecnológicos) e instrumentos utilizados por la entidad pública, para garantizar tanto la generación y recopilación de información; como la divulgación y circulación de la misma, hacia los diferentes grupos de interés, con el fin de hacer más eficiente la gestión de operaciones en la entidad pública.*

*A partir de las políticas fijadas en materia de Información y Comunicación, la entidad debe establecer mecanismos internos y externos para recopilar y/o socializar la información generada.*

*Para que la ejecución de estos Sistemas se desarrolle de manera eficaz, eficiente y efectiva, deben nutrirse de un componente físico (hardware), de programas,*

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



*información y conocimiento (software), de recurso humano, y de datos a procesar o difundir".*

Es necesario aclarar que la comunicación de una empresa, es concebida por todos los funcionarios que la constituyen, quienes en pequeña o en gran medida generan información que debe ser transmitida por las diferentes áreas, para trabajar de la mano con el área de comunicaciones del Hospital, como puente para que llegue al público objetivo deseado, sea revisada, aprobada y aplique el estilo corporativo establecido.

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



#### 4. MARCO CONCEPTUAL

Según Abraham Nosnik, *“La comunicación organizacional se refiere al flujo de información y manejo de diálogos dentro de las organizaciones para que éstas puedan cumplir mejor con los objetivos y metas de los individuos, equipos y áreas y en su conjunto, con el propósito de las propias organizaciones (expresados en términos de misión, visión y valores corporativos)”*.

Las organizaciones giran en torno a una política de funcionamiento, de acuerdo al tipo de actividad a la que se dedique; como filosofía corporativa cada institución tiene unos objetivos misionales o un quehacer definido al que están encaminados los esfuerzos de todas las áreas que componen la empresa. Se trata entonces de un objeto o un “todo” compuesto de múltiples piezas sincronizadas que al funcionar de forma coordinada origina la oferta de un producto, un bien o un servicio que puede ser tangible o intangible.

En los últimos años la comunicación se ha ganado un espacio clave en las organizaciones. No es gratuito el papel que actualmente juega la implementación de áreas, departamentos, componentes, políticas (o término semejante como suelen denominar a dicho sector) en el mundo organizacional. Con la determinación de una línea estratégica enfocada en el análisis de los mensajes y de los efectos de los mismos a nivel micro, la comunicación propone ser un elemento aliado y transversal en la consecución de los objetivos globales de la institución.

La comunicación en las organizaciones es un aspecto tan vital que incluso Horacio Andrade menciona que “La comunicación es para la empresa el equivalente al sistema circulatorio del organismo animal o humano: permite que la sangre, que en este caso es la información, llegue a todos los rincones del cuerpo y les



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



proporcione el oxígeno necesario para su sano funcionamiento y, por lo tanto, para la supervivencia misma del sistema. Si no hay una buena irrigación, sobrevendrán enfermedades que llevarán finalmente a la muerte.

Al respecto se puede agregar que la comunicación es el canal a través del cual circulan los mensajes como insumo para el óptimo funcionamiento de la organización. Es decir, los mensajes son la materia prima que al ejecutarlos hacen que se desempeñen las labores de manera correcta. Un personal informado y con la posibilidad de solicitar mayor información, aclarar dudas y expresar sus puntos de vista, es un personal que labora con seguridad, empeño y asimismo con la certeza de que está ejerciendo sus funciones de forma adecuada.

Por otro lado, la Organización Mundial de la Salud; OMS, en su libro titulado “Healthy People 2010” vol 1 afirma que “La comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud”. Dicha organización considera que este tipo de comunicación es un elemento necesario en los esfuerzos por mejorar la salud pública y personal y en la prevención de enfermedades.

El ámbito de gestión de la comunicación es tan amplio y permite ser aplicado a múltiples enfoques, es el caso de la salud, en el que al igual que otros temas tienen sus particularidades y objetivos específicos, aquí es posible proponer la oferta de un bien y/o un servicio dependiendo el tipo de las estrategias que se estipulen, pueden ser campañas educomunicativas, de prevención de patologías, igualmente se pueden realizar actividades para la promoción de hábitos saludables o para el tratamiento de afecciones ya adquiridas.

El enfoque de salud se apoya en los elementos de la comunicación y el

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



periodismo, para la divulgación de temas científicos que para la ciudadanía son complejos de entender y que a través de diferentes estrategias es posible explicar, con la certeza de que el contenido sea comprendido y aplicado en pro del bienestar comunitario, por ello es posible relacionar el periodismo de salud con el periodismo ciudadano o social, el cual Alicia Cytrynblum define como “Un periodismo que asume su responsabilidad en los procesos sociales, que reflexiona sobre su papel en el devenir social y se preocupa por la búsqueda de soluciones. El periodismo social propone la articulación del eje social con los temas de la política y la economía en la agenda de los medios de comunicación.”

Lo anterior infiere poner una disciplina en beneficio comunitario, de brindar instrumentos para que la ciudadanía acceda a un servicio que para este caso es la salud. Es decir que atendiendo a la línea comunitaria, la cual en este sentido se ve proyectada a nivel externo, se debe garantizar el reconocimiento de la institución por parte de la comunidad, que los usuarios conozcan los trámites y diligencias que deben realizar para poder acceder a la red de servicios.

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



#### 5. CONTEXTO COMUNICATIVO

Dentro del Hospital se presenta la comunicación de tipo formal e informal, dado que entre los departamentos se realizan reuniones programadas y debidamente preparadas para tratar asuntos específicos, además se envían mails formales a jefes de áreas o demás compañeros. Por otro lado la comunicación informal también se da en la Institución, puesto que los funcionarios en ocasiones se comunican vía telefónica sin previsión alguna, sino en el momento que surge alguna inquietud, igualmente surgen conversaciones informales en diferentes lugares (cafeterías, pasillos) del Hospital, conocidas como el voz a voz.

El direccionamiento de la comunicación que se da es transversal, sin embargo por la función que desempeña el Hospital, por su magnitud y carácter público, es lógico que exista una estructura jerárquica que enmarque el actuar de la Institución. Es por ello que si bien es cierto que es posible acceder a todos los funcionarios del Hospital, que se comuniquen entre sí, que trabajen en red, originando así relaciones interpersonales, también es cierto que permanentemente los funcionarios están custodiados por una línea de mando que descende y está regulada directamente por el estado. En síntesis, el direccionamiento de la comunicación en el Federico Lleras es transversal y vertical descendente por los motivos anteriormente descritos.

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



#### Medios de comunicación

##### Internos

- 📞 Líneas telefónicas: es el medio más útil y rápido por el que se comunican los funcionarios a través de extensiones.
- ✉ Correo Electrónico: es utilizado para enviar diferentes mensajes y también para transferirse documentos sobre la institución.
- 💬 Spark: chat interno al que acceden los trabajadores a través de la Intranet del Hospital

A nivel Interno existen otros canales que se utilizan para transferir mensajes e información en una sola vía, estos son:

- 📄 Salvapantallas: corresponde a las pantallas de todos los ordenadores del Hospital que son utilizadas para rotar mensajes, información sobre campañas ecológicas, de prevención y manejo de patologías, o diferentes noticias de modificaciones o alteridad.
- 📰 Carteleras institucionales: habitualmente son utilizados para colocar productos con información de prevención y manejo de patología, documentos importantes, actas, resoluciones, y también para publicar afiches de invitación de otras instituciones e información de eventos de la institución.
- 🌐 Intranet: es la web a la que tienen acceso los funcionarios del Hospital, allí suministran información importante y cabe agregar que con la estrategia nacional “Gobierno en Línea” el estado reglamenta la publicación de toda la información que tienen en su poder las entidades públicas, por lo anterior la intranet contiene los planes, manuales, soportes y demás documentación del

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



funcionamiento global del Hospital.

#### Externos

- 📞 Líneas telefónicas: es el medio por el que los usuarios pueden comunicarse con el Hospital, para solicitar servicios o hacer consultas.
- 🌐 Sitio web: es el portal web oficial del Hospital, en el que se condensa información institucional, como la estructura orgánica, funciones y servicios que ofrecen y también es posible tramitar citas.
- 📧 Buzón de sugerencias: es el instrumento destinado para recibir peticiones, quejas, reclamos y solicitudes de los usuarios acerca del Hospital.
- 📺 Pantallas de las salas de espera: a través de éstas se suministra información de utilidad para los usuarios.
- 📱 Redes sociales: actualmente el Hospital maneja cuentas en Facebook y Twitter para mantenerse cada día más cerca y accesible a los usuarios.

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2019



## 6. DIAGNÓSTICO

Para la realización del Plan Estratégico de Comunicaciones PEC del año 2019 del **Hospital Federico Lleras Acosta** fue necesario realizar un diagnóstico, que permitiera conocer el estado en el que se encuentran los procesos comunicativos e informativos de la institución, para ello se aplicó una encuesta de percepciones, acerca de aspectos como el clima laboral, el nivel de integración de los funcionarios, el grado de efectividad que tienen los canales informativos actuales y se contemplaron algunas variables que apuntaran a conocer factores que influyen en la comunicación de la organización. El método de recolección de información se aplicó a 29 funcionarios públicos de la entidad, entre jefes de oficina y subalternos de cada uno de los procesos.

Cabe destacar que para el semestre a del año 2019 se hizo especial énfasis en la parte interna de la organización, dado que en las anteriores ejecuciones han dedicado los esfuerzos al reconocimiento de la institución y a la visibilización de algunos servicios que se ofrecen en el Hospital

A continuación se presenta un análisis detallado de cada una de las preguntas de la encuesta

### Comunicación Interna

El gráfico refleja que el 55,2 % de los encuestados opina que la comunicación interna del Hospital es *Regular*, el 37,9 % cree que es *buena* y el 6,9 % restante la califica como *mala*. Para el área de comunicaciones



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

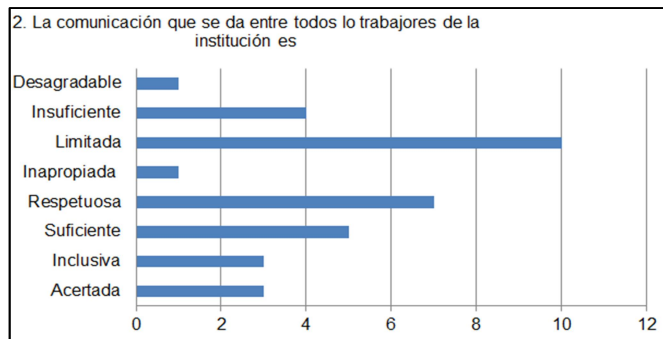
## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



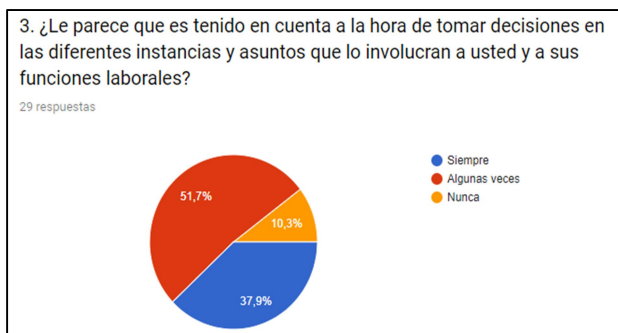
las cifras son preocupantes puesto que dicha pregunta incluía la opción excelente y como se observa a nadie le parece que en el Hospital se dé una comunicación con excelencia y otro signo de alerta es que la opción buena es relativamente baja, pues no alcanza ni siquiera un porcentaje medio, en tanto si lo supera la opción regular.

Seguidamente se consultó a los encuestados acerca de las características que creen que tiene la comunicación que se da al interior de la entidad. A lo anterior 3 personas dijeron que es *acertada e inclusiva*. 5 persona dijeron que es *Suficiente* y 7 personas cree que es *respetuosa*. En cuanto a características negativas, 2



personas dijeron que la comunicación entre los funcionarios es *inapropiada y desagradable*, 10 personas creen que es limitada y 4 personas opinan que es Insuficiente.

En cuanto a la pregunta sobre la frecuencia en que los funcionarios son incluidos en la toma de decisiones de la institución, la variable más positiva, es decir siempre, obtuvo un 37.9 % de marcaciones. Un 51.7 % considera que son en algunas ocasiones son tenidos en cuenta y el 10.3 % considera que nunca se



les involucra en la toma de decisiones aunque las mismas los involucren a ellos y a las funciones que desempeñan desde cada una de las dependencias.



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

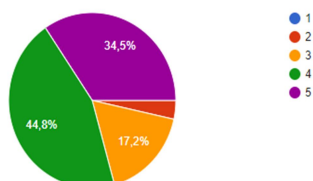
### 2019



El cuarto ítem de la encuesta se refería a la posibilidad de acceso entre

4. ¿En qué medida cree que es posible acceder fácilmente a sus compañeros de trabajo, pares, jefes superiores y demás funcionarios de la institución? (siendo 5 la mayor facilidad y 1 realmente nula la facilidad de acceso)

29 respuestas



compañeros y superiores, aquí nuevamente la mejor medida no corresponde a la opción 5, es decir, completamente fácil acceder, pues dicha opción tiene un 34.5 %. La opción de mayor elección es el 44.8% que indicó que el grado de acceso es 4 Las opciones 2 y 3 tienen 3.4 % y 17.2 % relativamente. Es de anotar que la menor facilidad de acceso, es decir 1 no obtuvo ninguna marcación.

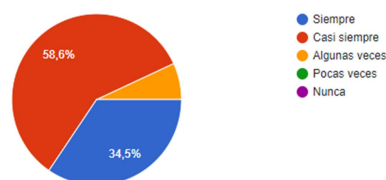
4 Las opciones 2 y 3 tienen 3.4 % y 17.2 % relativamente. Es de anotar que la menor facilidad de acceso, es decir 1 no obtuvo ninguna marcación.

Seguidamente se consultó acerca de la frecuencia con que se da un trato apropiado entre pares y superiores.

Los funcionarios encuestados creen que *casi siempre*, con un 58.6 % de marcaciones, se dirigen de forma correcta entre ellos. De la misma forma, la opción *siempre* con un 34.5 % es la segunda opción más

5. ¿Le parece que la forma en que sus compañeros de trabajo, pares, jefes superiores y demás funcionarios de la institución se dirigen a usted es la apropiada?

29 respuestas



marcada. De otro lado, un 6.9 % opina que solo en *algunas veces* son tratados de forma adecuada. Las opciones *pocas veces* y *nunca* no fueron marcadas por ningún encuestado.

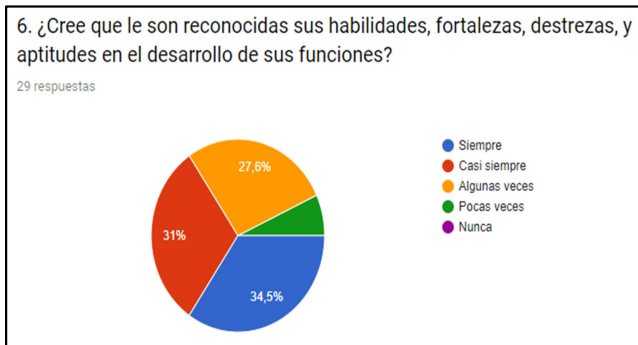
Con respecto a si le son reconocidas las características positivas propias del desempeño de cada función, el 31% dijo que *casi siempre* se les reconocen sus aptitudes y fortalezas, un porcentaje cercano, exactamente un 34.5 % dijo que en todas las ocasiones es reconocido el esfuerzo en las labor. La opción *Nunca* o nulo el reconocimiento de habilidades no obtuvo marcaciones, sin embargo,



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2019



*pocas veces* obtuvo 6.9 % de marcaciones, el cual es una cifra relativamente baja pero contrastada con los demás porcentajes, medianamente marcados, resulta significativa y aún más si se suma el 27.6 % de los funcionarios que cree que sólo en *algunas veces* son admirados por el desempeño de funciones con aptitud y destreza.



En la variable 7 se cuestionó sobre la existencia de procesos de retroalimentación en los asuntos que se dialogan cotidianamente en el Hospital, aquí las respuestas se oponen, difieren y resultan confusas debido a que las percepciones de los encuestados. Un 48.3 % cree que *no* hay espacios de feedback y el 51.7 % dice que *sí* los hay. Entre los 29 encuestados, solo un 3.4 %, es decir una persona, define el sesgo entre los porcentajes de marcación.



En la encuesta también se indagó acerca de la apropiación de la identidad corporativa del Hospital Federico Lleras Acosta por parte de los funcionarios. Un 72,4 %, siendo la cifra mayormente marcada, dijo que

# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2019

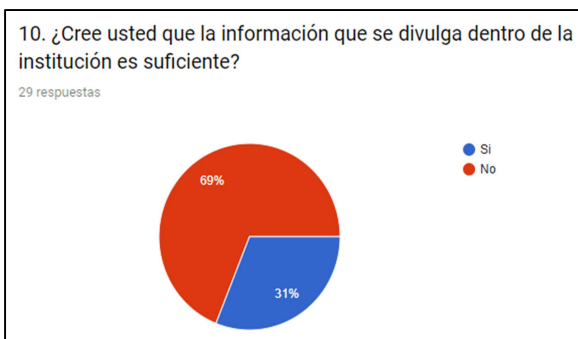


si reconoce la misión, visión y objetivos de la entidad en la que trabajan. 6 personas, es decir el 20.7 % dicen que *parcialmente* y 2 personas que representan el 6.9 % de los encuestados dicen que *no* reconocen el marco de la estrategia institucional.

En el instrumento de recolección de información también se incluyeron ítems sobre la información que circula al interior Hospital. En cuanto a ello, un 48.3 % de la muestra encuestada califica la información como *buena* y el mismo porcentaje dijo que le parece *regular*. 1 persona que representa el 3.4 % dijo que le parece *mala*. Las opciones que indican extremos, es decir *excelente* y *deficiente* no fueron marcadas.



La décima pregunta se refería a la cantidad de información que circula en la institución, se preguntó a los funcionarios si creen que es suficiente y aquí predomina la respuesta positiva con un 69 % en contra del 31 % restante que dijo



que no es suficiente. Debido a que la encuesta fue anónima no es posible conocer que áreas son las que consideran que hay una dificultad con la cantidad de mensajes que se transmiten.

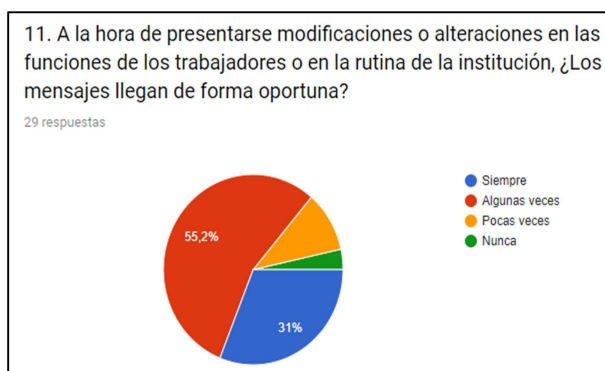
# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



Otra variable que se consideró fue cuán oportunos son los mensajes, pareció importante conocer si es preciso y conveniente el momento en el que los funcionarios reciben los mensajes, a ello el 55.2 % respondió que solo *algunas* veces, el 31 % cree que en todas las ocasiones o *siempre* llegan en el lapso de tiempo apropiado. En contraste, 4 personas se encuentran en desacuerdo, por un lado, 3 personas que representan un 10.3 % de la muestra considera que *pocas* veces los mensajes son caracterizados como oportunos y el 3.4 % restante, es decir una persona manifiesta que es adecuado el tiempo en el que recibe los mensajes acerca de situaciones de alteridad e involucra el desarrollo de sus labores.



Debido a que para el componente de comunicaciones es importante conocer si los mensajes están siendo entendidos, cuyo lenguaje es de fácil comprensión, carece ambigüedades y es entendido por toda la comunidad hospitalaria, en razón de lo anterior se incluyó una variable acerca de la claridad de los mensajes a lo que el 51.7 % dijo que *no* se comprende el contenido de la información y el 48.3 % dijo que *sí*. Este ítem tiene bastante relevancia puesto que un personal mal informado dificulta el óptimo cumplimiento de la misión global de la institución.



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

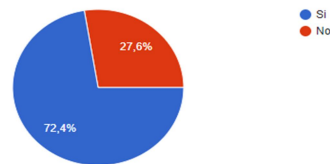
### 2019



Por la misma línea del enunciado anterior se apuntó a conocer con mayor profundidad la utilidad de la información que circula al interior del Federico Lleras, así que se indagó por el nivel de rendimiento que generan los mensajes emitidos a lo cual un 72.4 % de los encuestados respondió que *si* son acertados y aportan grandes beneficios a la hora de cumplir con las funciones demandadas y el 27.6 % restante, es decir 8 personas dijo que definitivamente *no* son útiles y no coadyuvan en sus labores.

13. ¿El tipo de contenido que se presenta por los diferentes medios de información es acertado, útil y contribuye al desarrollo de la función global de la institución?

29 respuestas

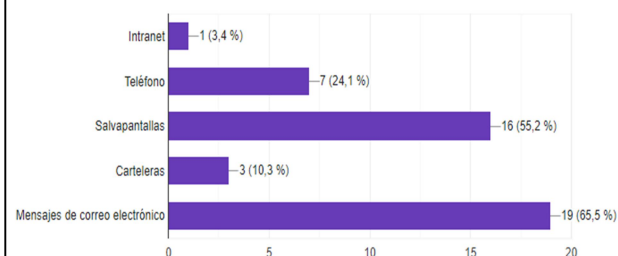


En cuanto al mecanismo de difusión de información se consultó sobre la efectividad de los medios que actualmente tiene el Hospital al servicio de los funcionarios. Cabe destacar que como opciones de respuesta de nombraron todos los medios y la pregunta permitía marcar varias opciones. Como respuesta los porcentajes de marcación que se obtuvieron fueron los siguientes; *intranet*, es decir el sitio web de los funcionarios adscritos a la institución fue marcada por una sola persona, el *teléfono* obtuvo un 24.1 %, las *carteleras* institucionales son efectivas para un 10.3 % de los encuestados y finalmente para la mayoría de la muestra los *salvapantallas* y los *mensajes de correo electrónico* con un 55.2 % y un 65.5 % respectivamente tienen efectividad.

Con estos resultados se intuye que la efectividad de la recepción de información se relaciona con el hecho de pasar tiempo frente a sus ordenadores y este aspecto pone de manifiesto que, en tanto es importante que la información que se

14. Los medios de información más efectivos a nivel interno son:

29 respuestas



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019

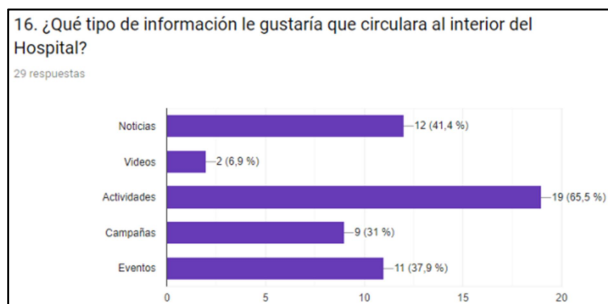


difunde en los salvapantallas y los correos electrónicos también es importante fortalecer la cultura de revisar las carteleras institucionales y mucho más la intranet que fue implementado precisamente para mantener informado al personal.

Otro factor que se cuestionó fue sobre los lapsos de tiempos entre los que se emite información, se pretendía conocer si es o no pertinentes la frecuencia con la que se difunde contenido informativo, un 58.6 % cree que *si* es el adecuado y el 41.4 % dice que *no* y se muestra está en desacuerdo. Al hacer un contraste con la variable anterior (14) se puede intuir que tal vez al personal que no le parece precisa la frecuencia de emisión de información son del área asistencial o de procesos que no les permite estar todo el tiempo frente a su ordenador.



Finalmente se hizo una pregunta que permitiera conocer qué tipo de información les gustaría a los funcionarios que se difundiera, como opciones de respuesta se colocaron *noticias* las cuales fueron marcada por un 41.4 %, *videos* con dos marcaciones, *actividades* que es preferida por 19 personas que representan un 65.5 % de la muestra, *campañas* tiene un 31 % de preferencia y finalmente los encuestados dijeron en un 37.9 % que los *eventos* es una buen tema acerca del que se debe realizar información. Esta pregunta es importante ya que mezcla los gustos de personal asistencia y administrativo.



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



#### Resumen

- 👉 En cuanto a la calificación de la comunicación interna, poco más de la mitad de encuestados cree que es regular, seguido de un 37.9 % que creen que es buena.
- 👉 Limitada y respetuosa son las características que mayor describen la comunicación interna del Hospital según los encuestados.
- 👉 En algunas ocasiones la opinión de los funcionarios es tomada en cuenta a la hora de tomar decisiones en cuestiones que involucran la rutina laboral.
- 👉 En el Hospital el rango de acceso entre funcionarios se encuentra entre 4 y 5, es decir entre bueno y superior según el 78 % de encuestados.
- 👉 La forma en la que se abordan los funcionarios entre sí casi siempre es la apropiada según más de la mitad de los encuestados.
- 👉 Más de la mitad de los encuestados cree que siempre y casi siempre le reconocen las habilidades y destrezas con que se realizan las labores.
- 👉 El 52 % de los encuestados cree que si hay comunicación en doble vía y el restante cree que no la hay.
- 👉 El 72.4 % de los funcionarios encuestados reconocen la identidad corporativa del Hospital Federico Lleras Acosta.
- 👉 La información que se produce al interior del hospital se encuentra en términos regulares y buenos.
- 👉 El 69 % de los encuestados opina que la información que se divulga en el Hospital no es suficiente.
- 👉 Más de la mitad de los encuestados dicen que solo algunas veces se les informa oportunamente sobre modificaciones o alteraciones.
- 👉 La información que se divulga entre los trabajadores no es clara según más de la mitad de los encuestados.



# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



- 👉 El 72 % de la muestra cree que la información que se produce en el Hospital es acertada y útil.
- 👉 Los correos y los salvapantallas son los medios de información más efectivos.
- 👉 EL 41,4 % dice que la información que se emite no es la adecuada.
- 👉 La información que más desean los encuestados es acerca de actividades, noticias y eventos.

### Comunicación Externa

Es necesario aclarar que dado la limitación de tiempo, para el diagnóstico de comunicación externa se tomó como insumo una encuesta que se había aplicado con anterioridad, sin embargo el análisis de dichos resultados si corresponde a información inédita de autoría de la practicante 2019 A.



En la variable número uno se consultó acerca de la preferencia de los usuarios por los medios que tiene el Hospital, en ese sentido el medio con mayor acceso son las líneas telefónicas con un 44 %, seguidamente las redes sociales

muestran un 24 % de marcaciones, asimismo la página web tiene un 18 % de marcaciones y finalmente las pantallas que se encuentran ubicadas en las salas de espera de los diferentes servicios muestran un 14 % de utilidad.

En cuanto a las características que cumple la información que se difunde por los medios de comunicación acerca de los trámites y los diferentes servicios que oferta la institución, los usuarios dijeron en un 38 % que es completa, un



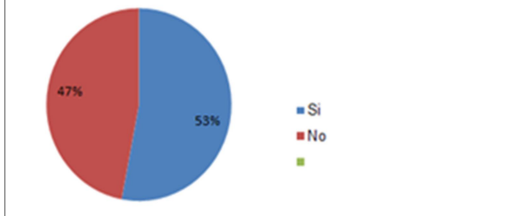
# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2019



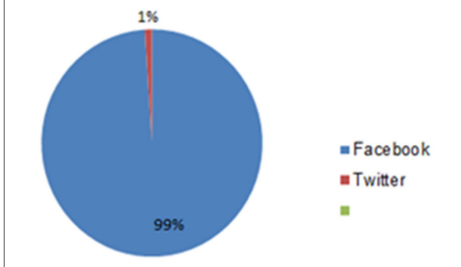
32 % opina que llega en el momento adecuado, es decir que es oportuna y un 30 % cree que es clara y comprensible.

En tercera medida se optó por indagar acerca de la visibilidad y el reconocimiento que tienen las redes sociales y el chat interactivo del Hospital, a ello los usuarios dijeron en un 53 % que si los conocen y el 47 % restante, el cual corresponde a una cifra importante dijo que no los conoce, por ello se hace necesario generar mayor interacción y periodicidad de difusión de contenido y demás para posicionar las plataformas digitales corporativas.

3. ¿Conoce usted los espacios digitales como Facebook, Twitter y el chat interactivo?



4. ¿En cuál de estas redes sociales le gustaría que se publicaran comunicados del hospital?

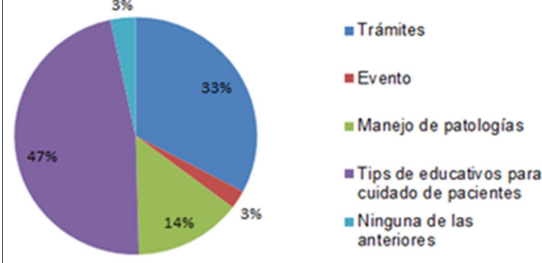


Como cuarto ítem se consultó a los usuarios a cuales de las redes sociales que actualmente tiene el Hospital, siendo estas el perfil de Facebook y Twitter le gustaría que se publicara información del Hospital y sus servicios y a ello la mayoría de usuarios encuestados, el 99 % prefiere Facebook, y sólo un 1 % dijo que

preferiría Twitter.

Para la encuesta también se consideró importante preguntar acerca del tipo de información que la muestra desearía que se publicara en la página web oficial del Hospital, el 47 % le parece importante que se difundan Tips educativos para el cuidado de pacientes, seguidamente con

5. ¿Qué tipo de información le gustaría que se publicara en la página web?





# HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA

## PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

### 2019



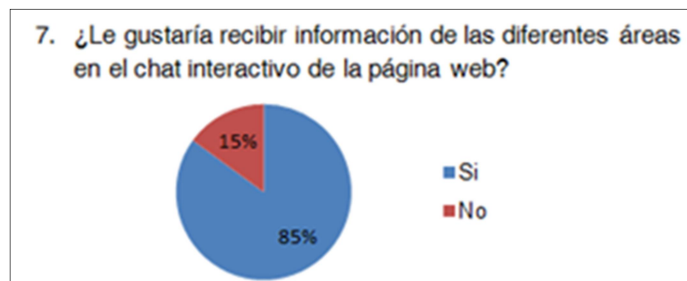
un 33 y un 14 % respectivamente prefiere que se publique información sobre los trámites para acceder a los servicios y sobre el manejo de patologías, a un 3 % le interesa obtener información sobre eventos relacionados con el Hospital y otro 3 % marcó la opción ninguna de las anteriores.

Asimismo se quiso conocer cuál es el medio por el que se enteran los usuarios de los servicios y las actividades que se realizan en el Hospital, el 32 % respondió que se entera por los comunicados o cuñas radiales, un 25 % dijo que a través de la información que entregan las diferentes dependencias del Hospital, un 20 % dijo que entera a través de su EPS. El 11 % se informa por las líneas telefónicas, otro 10 % de los encuestados dijo que las redes



sociales son el medio por el cual acceden a la información sobre servicios y un 2 % lo hace utilizando la página web del Hospital.

Finalmente la séptima variable se dirigió a conocer si a los usuarios les interesaría interactuar y recibir información por medio del chat interactivo de la entidad, a lo que el 85 % de encuestados dijo que si y el 15 % restante dijo que no.



**HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA**  
**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**  
**2019**



**MATRIZ PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES PEC**

Alcance	Estrategia	Actividades-Acciones	Resultados esperados	Medios	Responsable
Interno	Socializar el Plan Estratégico de Comunicaciones 2019	Publicación del documento a través del sitio web oficial del Hospital Federico Lleras Acosta	Obtener total conocimiento y apropiación del documento y su contenido por parte de todos los funcionarios de la institución.	Virtual	Oficina de Planeación y Gestión de Calidad
Interno	Estructuración de las Carteleras Institucionales como medio de difusión de información, teniendo en cuenta las diferentes secciones que en ellas se establecieron.	Creación y actualización de nuevo contenido periódicamente  Procurar el orden y la coherencia por la estructura de las carteleras.  Actuar como centro de control y eje transversal de las áreas que desean publicar.	Crear hábitos y ambiente de interés por la comunicación e información que se difunde por las Carteleras Institucionales	Puntos físicos en los que están ubicadas la Carteleras	Oficina de Planeación y Gestión de Calidad

**HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA  
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES  
2019**



<p align="center">Interno</p>	<p>Establecimiento de los Salvapantallas como canales informativos útiles en la difusión de información importante para los funcionarios públicos que dentro del ejercicio de su labor tienen acceso a un computador.</p>	<p>Creación de contenido importante. Difusión de información de otras dependencias, áreas y/o servicios. Adaptación del estilo corporativo. Inclusión de los personajes marca de la entidad.</p>	<p>Garantizar un clima laboral agradable y productivo e intentar que la información oportuna, clara y coherente contribuya al óptimo desarrollo de las funciones globales del Hospital</p>	<p align="center">Tecnológicos</p>	<p>Oficina de Gestión de Calidad  Jefes de otras dependencias, áreas y/o servicios  Funcionarios de soporte de la información</p>
<p align="center">Interno</p>	<p>Apropiación del estilo corporativo de la institución en todos los documentos físicos, virtuales y demás en cuanto a colores, tipografía, banner, personajes marca y demás</p>	<p>Incluir a Federico y Magdalena en todo el contenido que se produzca en la institución.  Adaptación al Manual de diseño establecido previamente</p>	<p>Mantener una línea de coherencia y orden en la producción del Hospital  Reconocimiento de un estilo corporativo uniforme.</p>	<p align="center">Físico, virtual, tecnológico</p>	<p align="center">Todos los funcionarios que elaboren documentos, material para salvapantallas y demás</p>

**HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA**  
**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES**  
**2019**



Externo	Apropiación de las redes sociales corporativas como una herramienta útil e inmediata para entregar información importante a los usuarios y seguidores.	<p>Difusión de eventos importantes en los que pueda intervenir el público externo a la institución.</p> <p>Invitaciones a conferencias.</p> <p>Conmemoración de días relacionados con la salud a través de piezas graficas con información breve de las patologías, síntomas, tratamientos, recomendaciones, etc...</p> <p>*Divulgación de contenido para la celebración de los días de profesiones relacionadas con la salud; día del terapeuta, de la enfermera, del psicólogo...</p>	<p>Público más informado</p> <p>Mayor reconocimiento de la institución</p> <p>Creación de una cultura de prevención de patologías</p> <p>*Profesionales motivados y con mayor sentido de pertenencia</p>	Virtual	Oficina de Planeación y Gestión de Calidad.
---------	--	---	--	---------	---

**HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA  
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES  
2019**