
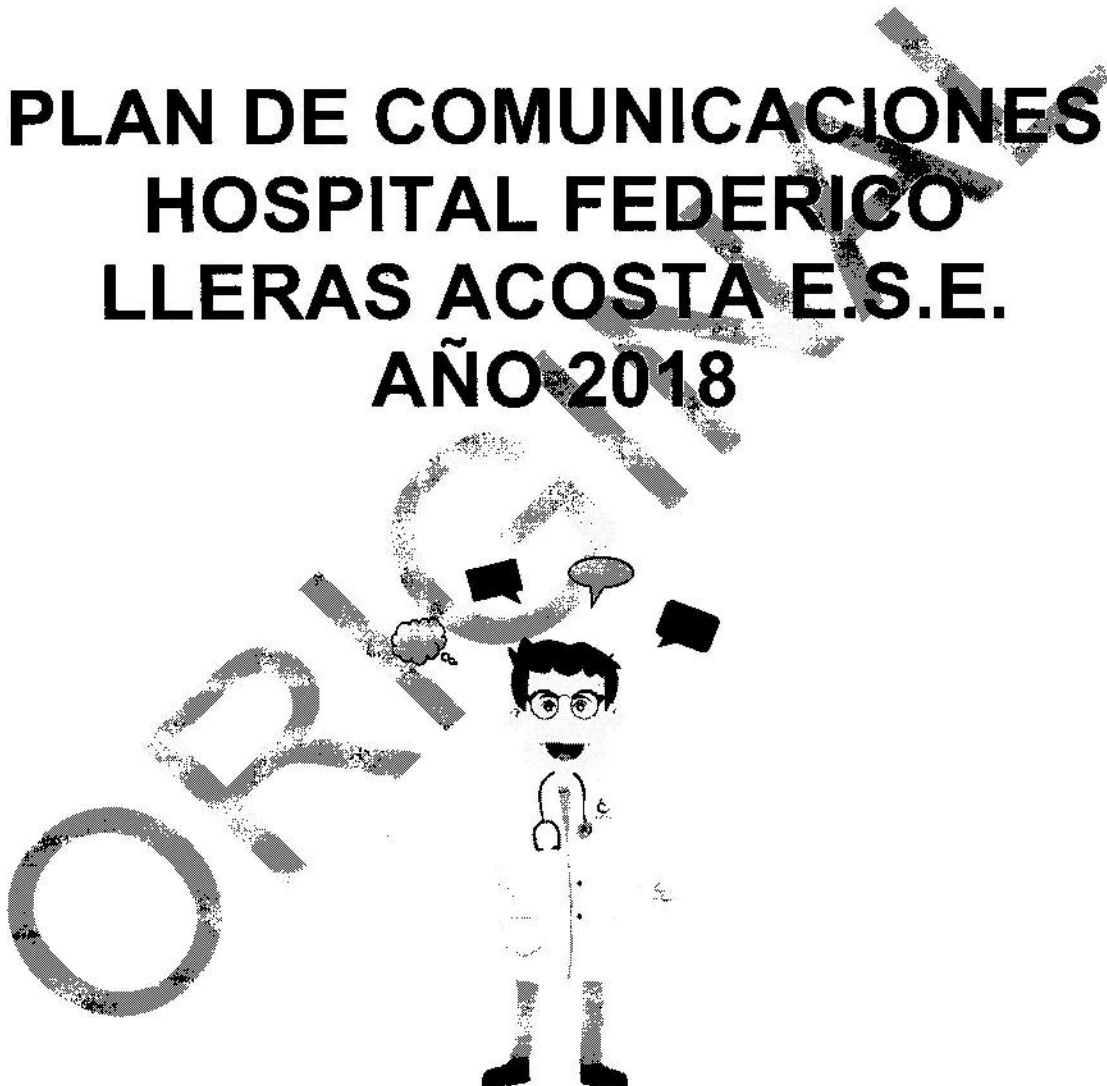


<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					
Código: PC-PG-004	Fecha de elaboración: 01-06-2017	Fecha de actualización: 28/03/2018	Versión: 3	Página 1 de 38	

# PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018




Elaboró: Firma: <i>Kelly Johana Arias J.</i> Nombre: KELLY JOHANA ARIAS Cargo: Pasante de comunicación Social y periodismo	Revisó: Firma: <i>John Alberto Leguizamo</i> Nombre: JOHN ALBERTO LEGUIZAMO Cargo: Jefe Oficina Planeación y Calidad	Aprobó: Firma: <i>John Alberto Leguizamo</i> Nombre: JOHN ALBERTO LEGUIZAMO Cargo: Jefe Oficina Planeación y Calidad
---	---	---

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página 2 de 38</b>	

**Tabla de Contenido**

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	OBJETIVOS .....	3
2.1.	OBJETIVO GENERAL .....	3
2.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	3
3.	AMBITO DE APLICACIÓN .....	4
4.	RESPONSABLE.....	5
5.	DEFINICIONES .....	5
6.	CONTENIDO.....	6
6.1.	Marco Conceptual .....	6
6.2.	Marco Legal.....	7
6.3.	Diagnóstico .....	8
6.3.1	Resultados Encuesta Comunicación Interna.....	10
6.3.1.1.	Resumen de Resultados .....	15
6.3.2	Temas a publicar por área.....	16
6.4	Resultados Encuesta Comunicación Externa .....	17
6.4.1	Resumen de Resultados .....	21
6.5	Líneas estratégicas u objetivos, metas e indicador .....	21
6.5.1	Estrategias Plan de Comunicaciones .....	21
6.5.2	Indicadores del Plan .....	22
6.6	Recursos: humanos, tecnológicos, financieros, físicos (infraestructura y equipos).....	23
6.7	Cronograma de Actividades .....	23
7	BIBLIOGRAFÍA.....	23
8	CONTROL DE REGISTROS .....	24
9	CONTROL DE CAMBIOS .....	25
10	ANEXOS .....	26

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL</small> <b>Federico Lleras Acosta</b>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 3 de 38	

## 1. INTRODUCCIÓN

El Hospital Federico Lleras Acosta es una Empresa Social del Estado, centro de referencia de la red pública del departamento del Tolima, que tiene como objetivo prestar servicios de salud de mediana y alta complejidad, comprometido con la docencia e investigación y la satisfacción de los usuarios, su familia y grupos de interés, mejorando continuamente y brindando atención humanizada.

Por lo anterior se requiere de un proceso de comunicación que facilite y agilice el flujo de mensajes que se dan entre las dependencias y los miembros de la organización, influyendo en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos para cumplir eficazmente las metas trazadas.

Por lo tanto, el Plan de Comunicaciones del Hospital Federico Lleras Acosta de Ibagué, es la herramienta que consigna el proceso de comunicación de la institución, permitiendo su control y evaluación de forma anual.


## 2. OBJETIVOS

### 6.3 OBJETIVO GENERAL

Establecer e implementar el plan de comunicaciones para el Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E como respuesta a las necesidades de comunicación identificadas en los procesos de la institución a nivel interno y externo, para contribuir al logro de los objetivos de la institución.

### 6.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Garantizar la socialización del Plan de Comunicaciones del Hospital Federico Lleras Acosta para que funcione como un sistema, que permita integrar cada una de las áreas.
- ✓ Potenciar la imagen de la organización con publicaciones que den cuenta de los beneficios, fortalezas y servicios que presta el Hospital, como fuente de información para el personal externo e interno.
- ✓ Generar reconocimiento y confiabilidad en la información que se dará a conocer a funcionarios y usuarios, mediante los dos personajes marca del Hospital (Magdalena y Federico).

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 4 de 38	

- ✓ Lograr un mayor sentido de pertenencia por parte de los colaboradores administrativos, asistenciales y territoriales hacia el Hospital, direccionado al cumplimiento de las metas y la mejora de la imagen institucional.
- ✓ Plantear un proceso de seguimiento y control sobre todas las actividades que se llevarán a cabo a lo largo del año en la comunicación de la organización.

### 3. ÁMBITO DE APLICACIÓN


Aplica para dos tipos de públicos:

El primero, es el público **interno**, conformado por todos los funcionarios de la institución; personal administrativo, asistencial, contratistas, servicios de apoyo.

- **Personal administrativo:** son aquellos funcionarios encargados del sustento administrativo, financiero y general del Hospital, conformado por la gerencia, los subgerentes científico y administrativo, jefes, coordinadores de cada área y funcionarios administrativos.
- **Personal asistencial:** son el eje central del Hospital, quienes velan por la salud y bienestar de los usuarios, conformado por enfermeros, auxiliares de enfermería, médicos, nutricionistas, médicos especialistas, terapeutas, entre otros.
- **Contratistas:** son las personas y empresas que prestan servicios de apoyo al Hospital en un determinado tiempo. Ejemplo: aseo, vigilancia y alimentación.
- **Sindicatos:** son los grupos o asociaciones de funcionarios dedicados a velar por las condiciones laborales y económicas del Hospital.

Segundo, el público **externo**, conformado por los usuarios, clientes, fundaciones, entes de control, proveedores, medios de comunicación y ciudadanía en general.

- **Usuarios y su familia:** son los habitantes del departamento del Tolima que acceden a los servicios de la institución, incluyendo los afiliados a las EPS del Régimen Subsidiado, Entidades con Regímenes Especiales que contraten con el Hospital, pacientes beneficiarios de Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito (SOAT), particulares y demás población que hace uso de los servicios que presta el hospital de mediana y alta complejidad.

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 5 de 38	

- **Clientes:** Entidades Responsables de Pago (ERP), entidades territoriales y otras IPS a las que la institución les presta diversos servicios.
- **Proveedores:** personas jurídicas que le brindan a la institución bienes o servicios que requiere para su funcionamiento.
- **Comunidad:** habitantes del departamento del Tolima.
- **Organismos de Vigilancia y Control:** Entidades del Orden Nacional, Departamental y Municipal que ejercen labores de vigilancia y control sobre el Hospital.
- **Medios de comunicación:** son la opinión pública, es decir, aquellos que se encargan de generar noticias desde las diferentes vertientes comunicativas que existen como la prensa, la radio, la televisión y los medios virtuales.
- **Fundaciones:** organizaciones sin ánimo de lucro que trabajan con el Hospital en pro de aquellas personas que no cuentan con recursos económicos.

#### 4. RESPONSABLE

La oficina de Planeación y Calidad en conjunto con los coordinadores de área y servicios.

#### 5. DEFINICIONES

**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).

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 6 de 38	

**Canal de comunicación:** la información se transmite a través de un canal que vincula al emisor con 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 trasmisión (Banco de la República, 2015).

## 6. CONTENIDO


### 6.5 Marco Conceptual

La comunicación es el pilar de toda organización, es considerada una necesidad, una forma cultural de expresión que requiere flexibilidad, sensibilidad y creatividad. Dentro de una entidad tiene como fin, lograr que las personas fomenten un proceso comunicativo transversal que retroalimente a todas las partes, en donde el emisor no sólo envíe el mensaje al receptor, sino que éste lo devuelva y lo reproduzca. Para ello, es necesario promover líderes de comunicación que son quienes impulsan dentro de su área y entorno, información verídica.

El Hospital Federico Lleras Acosta, con el objetivo de mejorar su imagen, consolidar los procesos que se están llevando a cabo, satisfacer las necesidades de los funcionarios y los usuarios, es consciente de la necesidad de crear estrategias y brindarle un aire nuevo y dinámico a la información que se viene manejando.

Hoy en día, la comunicación organizacional, no es una opción elegible por los empresarios, es una necesidad. En el mundo de los intangibles lo que tiene peso son la marca, la calidad, control ambiental, trabajo en equipo, las relaciones, la identidad, innovación, creatividad y la inteligencia empresarial. No es un lujo que una pequeña o mediana empresa tenga un comunicador organizacional, se muestre a través de la Internet o sensibilice a los trabajadores para producir en equipo, obtener metas colectivas, o competir en el mercado (Valle, 2003).

Esto demuestra que la comunicación organizacional, cada vez está tomando más importancia en las empresas, porque se está entendiendo que sí los funcionarios no están siendo informados continuamente y los clientes no están recibiendo los comunicados que esperan, esto genera un declive en la cultura, el clima y la imagen. Así mismo, es una muestra de los procesos camaleónicos que afrontan

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 7 de 38	

las organizaciones constantemente, al ajustarse a las necesidades que el entorno y los públicos van exigiendo.


Para ello, se deben identificar primero que todo, los dos tipos de comunicación que se manejan en la institución: la **comunicación interna**, que es el conjunto de actividades efectuadas para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados. Permite hacer públicos los logros obtenidos en la entidad, promueve una comunicación a todas las escalas, es decir, transversal, además permite informar individualmente a los funcionarios y ayuda a fortalecer un clima de confianza y motivación, ya que son factores base de un buen clima organizacional.

Respecto a la **comunicación externa**, se puede decir que es igual de importante a la interna y es el proceso comunicativo que se da entre una organización y los diferentes públicos objetivos en los que se enfoca, a través de canales que permitan una comunicación fluida, que proyecte una imagen favorable de la institución, resaltando, la importancia que tienen los externos para la misma y todo lo que se adelanta a favor de los usuarios para cada día ofrecerles un mejor servicio y demostrarles lo valiosos que son para la organización.

## 6.6 Marco Legal

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 las Comunicaciones, así como garantizar la libre y leal

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 8 de 38	

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, 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 la imagen corporativa correspondiente.

## **6.7 Diagnóstico**

Para llevar a cabo la actualización del Plan de Comunicaciones del Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E. del año 2018 y dado la limitación de recursos se retomaron los resultados del diagnóstico realizado en el año 2016, donde se empleó una metodología mixta, es decir, aquella que recolecta datos cualitativos y cuantitativos a través de unos procedimientos que permiten medir y entender



<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 9 de 38	

mejor el estado actual de un proceso, en este caso, los de la comunicación interna y externa de la institución.

El área de comunicaciones del Hospital realizó un diagnóstico, diseñando las preguntas de la encuesta que se aplicó tanto a nivel interno como externo, para establecer las necesidades y el estado actual del proceso de comunicación en el Hospital, con el fin de aplicar estrategias que beneficien a los públicos objetivos, consolidar los procesos comunicativos de la organización y brindarles servicios de calidad a los usuarios.

Luego de realizar los instrumentos de medición, se procedió a enviar por medio magnético a los coordinadores de 17 áreas, la encuesta que diligenciaron junto a sus equipos de trabajo, anexando además en un cuadro, la información específica que cada área requiere para dar a conocer a la comunidad hospitalaria. En el caso de las encuestas externas, fueron aplicadas a 65 personas personalmente, en las diferentes salas de espera del Hospital.

Una vez finalizado el proceso de diligenciamiento de encuestas y de obtener los resultados, se hizo la respectiva tabulación y análisis para identificar lo que los encuestados desean a nivel comunicativo respecto al Hospital. De acuerdo a lo analizado, se diseñó un plan para dar solución a las necesidades encontradas con base en los factores económicos, administrativos y sociales del Hospital. Cada estrategia consta de unas tácticas que harán posible la ejecución y cumplimiento del Plan de Comunicaciones con la periodicidad, los responsables, el público al que va dirigido, los medios por los cuales se transmitirá la información y los resultados esperados.

El enfoque de la metodología al ser mixto, contempló la recolección y análisis de resultados del diagnóstico, descripciones e interpretación del contexto general del Hospital Federico Lleras. Las técnicas empleadas fueron, la entrevista informal realizada a algunos funcionarios del área administrativa, el diseño de las encuestas o instrumentos de medición formales, para hacer el diagnóstico y la observación.

Finalmente, los instrumentos a los que se acudieron para desarrollar la metodología, fueron las fuentes primarias principalmente traducidas en los funcionarios y usuarios encuestados para el diagnóstico. Y las secundarias, que son los documentos empleados y fuentes necesarias para nutrir la estructura del plan.

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 10 de 38	

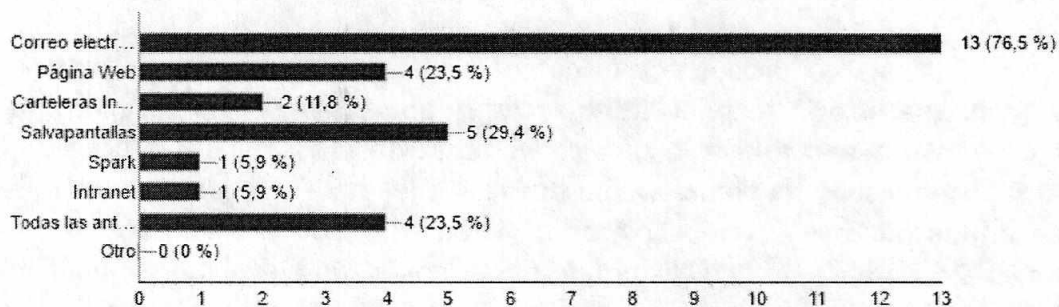
### 6.7.1 Resultados Encuesta Comunicación Interna

El modelo de encuesta que se aplicó, lo encuentra en el **anexo #1 Modelo de Encuesta Comunicación Interna**.


De los resultados obtenidos por esta encuesta aplicada a diecisiete áreas del Hospital, que fueron Planeación y Calidad, Costos, Control Interno, Docencia, Mantenimiento, Quirúrgicos, Recursos Humanos, Enfermería, Cartera, Salud Ocupacional, Compras, Logística, Jurídica, Internación Médica, Facturación y Rehabilitación se halló que:

#### 1. ¿A través de qué medios le gustaría recibir comunicados e información de la institución?

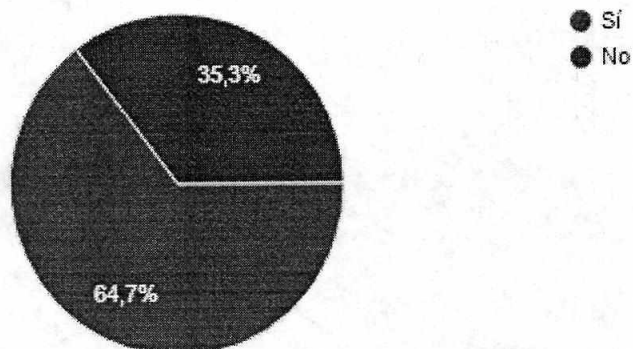
(17 respuestas)



El 76,5% de los funcionarios desearía recibir información a través de los correos electrónicos por ser un medio personalizado que permite leer en el momento que se desee la información, los salvapantallas recibieron un 29,4%, la página web y la opción todas las anteriores un 23,5%, las cartelera institucionales un 11,8% y el spark y la intranet arrojaron los menores porcentajes con un 5,9% cada uno. Esto significa, que la mayoría de los funcionarios del Hospital prefiere recibir la información a través de los correos electrónicos por lo que se debe hacer más uso de este medio de comunicación.

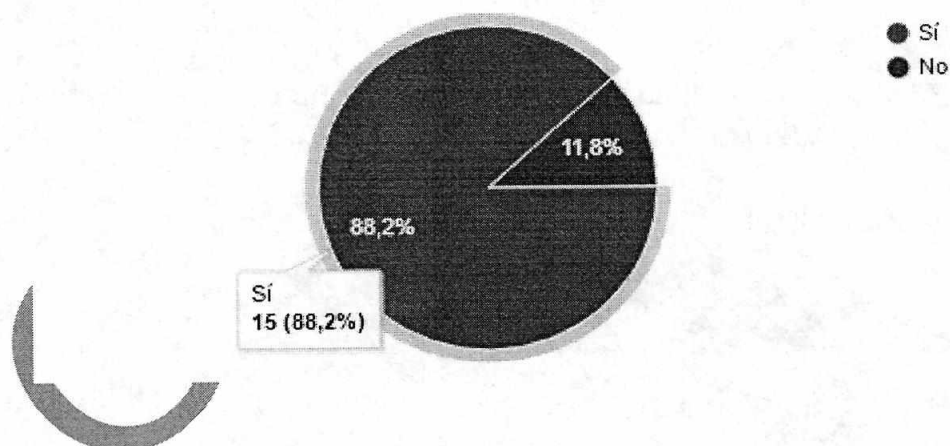
<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	

2. ¿Considera que la información que recibe le es comunicada a tiempo?  
(17 respuestas)



En cuanto a que sí la información que reciben les es comunicada a tiempo, el 64,7% de la población respondió que sí, mientras que el 35,3% dijo que no. Lo que significa que es necesario reforzar las estrategias de comunicación directa al personal interno.

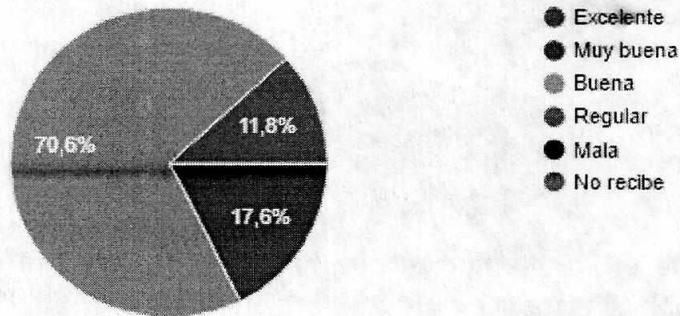
3. ¿La información que recibe es clara y llamativa? (17 respuestas)



<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 12 de 38	

El 88,2% del personal manifestó que la información que recibe es clara y llamativa, en cambio el 11,8% que no. Es decir, que el indicador positivo demuestra que en ese aspecto el Hospital está muy bien, aunque se debe trabajar porque el 100% de la población entienda los mensajes que se transmiten.

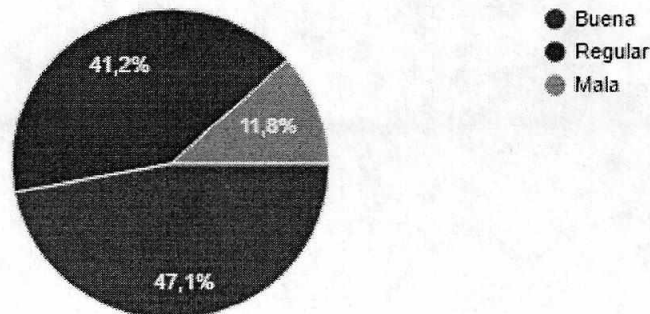
4. La calidad de la información recibida a nivel general es: (17 respuestas)



La calidad de la información que recibe el personal es buena, según el 70,6%, es muy buena, para el 17,6% y regular, para el 11,8% de los encuestados. Esto quiere decir, que aunque los resultados no fueron malos, se espera que la información mejore aún más y logre recibir más puntuación en la opción muy buena.

5. ¿Qué percepción tiene de la comunicación interna que se ha venido manejando dentro del Hospital?

(17 respuestas)



## PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018

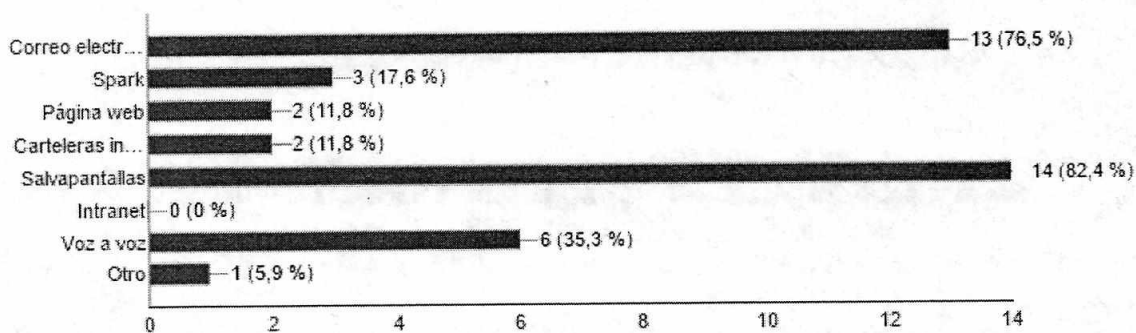


<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 13 de 38
-----------------------------	--	--	-------------------	------------------------

El 47,1% considera que la comunicación interna del Hospital es regular, el 41,2% que es buena y el 11,8% dice que es mala. Por lo tanto, es necesario identificar las deficiencias que se están presentando en esta comunicación y a nivel global del Hospital, trabajar para lograr que todos consideren que es buena.

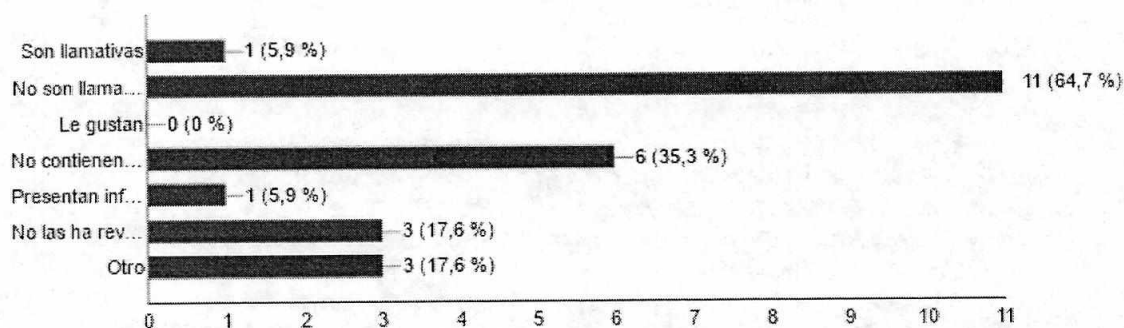
### 6. ¿Mediante qué medios de comunicación usted se entera de las actividades programadas por el Hospital?

(17 respuestas)



El 82,4% de los funcionarios del Hospital se entera de las actividades programadas a través de los salvapantallas, el 76,5% por los correos electrónicos, el 35,3% respondió que a través del voz a voz, el 17,6% por el spark, el 11,8% dijo que por la página web al igual que las carteleras institucionales con el mismo porcentaje, la opción otro, arrojó un 5,9% donde primó la respuesta que con frecuencia no se entera el área de Quirúrgicos, mientras que el medio menos efectivo es la intranet con un 0%. Esto quiere decir, que los salvapantallas están siendo un medio efectivo para transmitir información institucional.

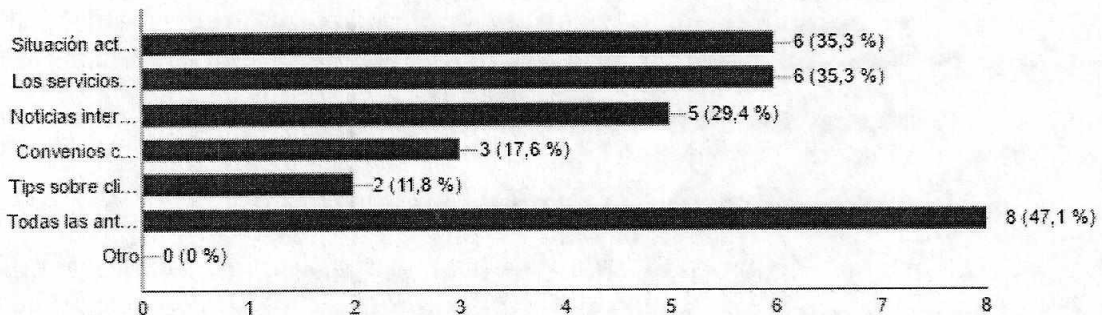
### 7. ¿Cuál es su opinión frente a las carteleras institucionales? (17 respuestas)



<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	

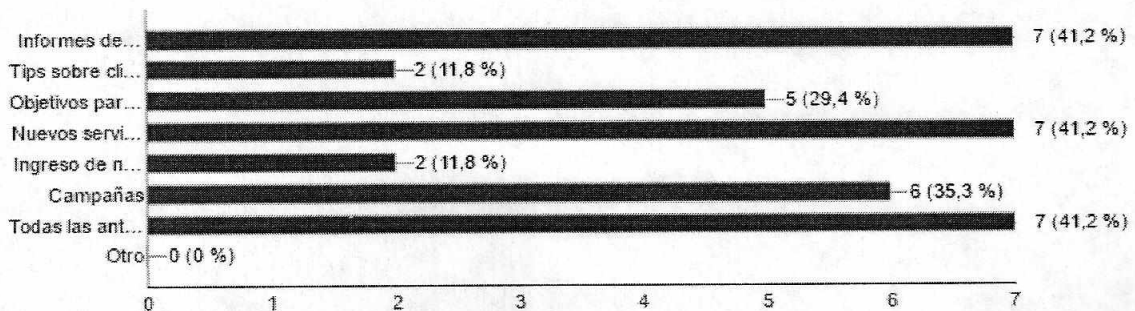
La mayor percepción que tiene el talento humano frente a las carteleras institucionales, es que no son llamativas, con un 64,7% y además, considera que no contienen información relevante el 35,3%, no las ha revisado, arrojó un 17,6% al igual que la opción otro con el mismo porcentaje de 17,6% arrojando que están desactualizadas, no son utilizadas al cien por ciento y que tienen que estar ubicadas en sitios estratégicos. Son llamativas un 5,9% y presentan información importante, también un 5,9% e infortunadamente a nadie le gusta las carteleras actuales, lo que demuestra, que existe una falencia en la manera de presentar los contenidos. Para ello, es necesario crear una estrategia que permita captar la atención de los públicos objetivos en las carteleras institucionales.

8. ¿Sobre qué temas le gustaría recibir información? (17 respuestas)



Respecto a los temas que más les llaman la atención para recibir información, se encontró que la opción que más arrojó resultados fue todas las anteriores, con un 47,1%, en segundo lugar, la situación actual y los servicios que presta cada área del Hospital arrojaron un 35,3% cada uno, lo que demuestra que el personal desea estar más al tanto de lo que acontece en su lugar de trabajo a nivel global. En tercer lugar, noticias internas y externas de la institución con un 29,4%, convenios con organizaciones un 17,6%, tips sobre clima organizacional 11,8% y la opción otro un 0%. Esto significa, que un gran número de funcionarios sí desea estar informado a nivel general en cuanto a lo que ocurre con su lugar de trabajo.

9. ¿Qué contenidos desearía que se publicaran por área? (17 respuestas)



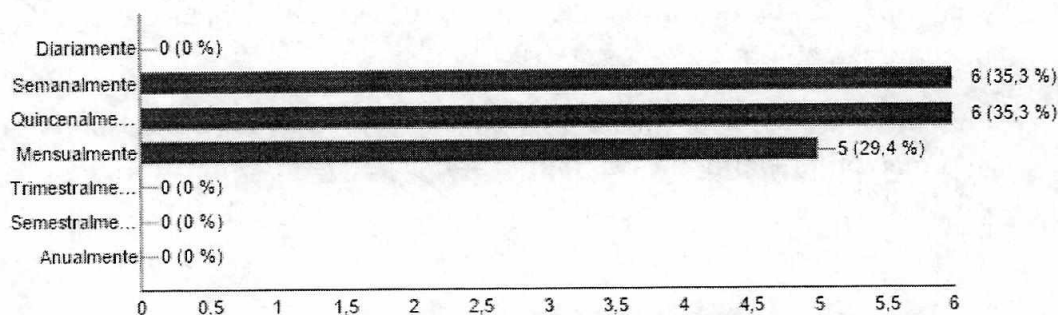
PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018				
Código: PC-PG-004	Fecha de elaboración: 01-06-2017	Fecha de actualización: 28/03/2018	Versión: 3	Página 15 de 38



Los contenidos que desearían los funcionarios que se publicaran por área son: los informes de gestión, los nuevos servicios que se brindarán y el punto todas las anteriores, arrojaron 41,2% cada uno, las campañas 35,3%, los objetivos para el año 29,4% y los tips de clima organizacional y el ingreso de nuevo personal abarcaron un porcentaje mínimo de 11,8%, mientras que otro un 0%. Demostrando el interés del personal por recibir información diferente a la tradicional.

#### 10. ¿Con qué frecuencia desearía que se publicaran los contenidos seleccionados anteriormente?


(17 respuestas)



Y finalmente, la frecuencia de la información mayormente seleccionada fue semanal y quincenalmente, cada una con un 35,3%, seguidas por la opción mensualmente con un 29,4% y el resto de opciones arrojaron un 0%, es decir, diariamente, trimestralmente, semestralmente y anualmente. Esto refleja, que el personal desea estar constantemente informado sobre lo que acontece en el Hospital.

#### 6.1.1.1. Resumen de Resultados

- El 76,5% de los funcionarios desearía recibir información a través de los correos electrónicos.
- El 64,7% del personal considera que la información que reciben sí es comunicada a tiempo.
- El 88,2% del personal manifestó que la información que reciben es clara y llamativa.
- El 70,6% manifestó que la calidad de la información que reciben es buena.
- El 47,1% cree que la comunicación interna del Hospital es buena.

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 16 de 38	

- El 82,4% de los empleados del Hospital se entera de las actividades programadas a través de los salvapantallas.
- La percepción que se tiene frente a las carteleras institucionales es que no son llamativas con un 64,7%.
- El 47,1% respondió todas las anteriores, es decir, que desea recibir información sobre noticias internas y externas del Hospital, la situación actual de la organización, los servicios que presta cada área, los convenios con otras entidades y tips sobre clima organizacional.
- Los informes de gestión, los nuevos servicios que se brindarán y todas las anteriores, arrojaron un 41,2% cada uno, respecto a los contenidos que desean que se publique por área.
- Los trabajadores del Hospital, manifestaron que la periodicidad de la información debería ser semanal y quincenalmente, cada una con un 35,3%.

#### **6.7.2 Temas a publicar por área**

Para que el proceso del diagnóstico fuera más efectivo, se diseñó junto a la encuesta de comunicación interna, un cuadro (información que desea comunicar, público objetivo, medio sugerido de comunicación, periodicidad de la información y responsables), con el objetivo de brindar mayor claridad respecto a lo que cada área desea publicar a través de los diferentes medios de comunicación institucionales, teniendo como meta promover la retroalimentación continua entre el personal de la institución con su público externo.

Por consiguiente, se solicitó a todos los jefes, coordinadores, líderes de programas y líneas de trabajo, diligenciar vía electrónica tanto la encuesta como el cuadro para así mismo, lograr un orden en la proyección y ejecución del plan, liderado por el profesional de comunicaciones de la institución (**Ver anexo #2: Temas a publicar por área**).

Es importante aclarar, que es responsabilidad de cada área entregar la información que se publicará para que sea revisada, aprobada y se le haga seguimiento trimestral para verificar si realmente se está cumpliendo con lo mencionado.



## PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018



Código:  
PC-PG-004

Fecha de elaboración:  
01-06-2017

Fecha de actualización:  
28/03/2018

Versión: 3

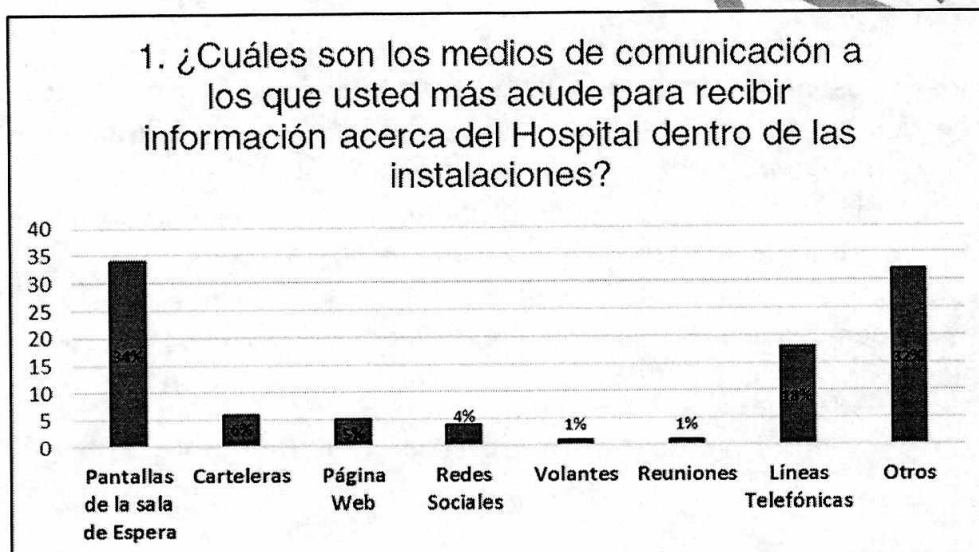
Página 17 de 38

Para la actualización de la versión 2 del Plan de comunicaciones se actualizó el cuadro de necesidades de información a comunicar por áreas con la participación de los coordinadores de las mismas.

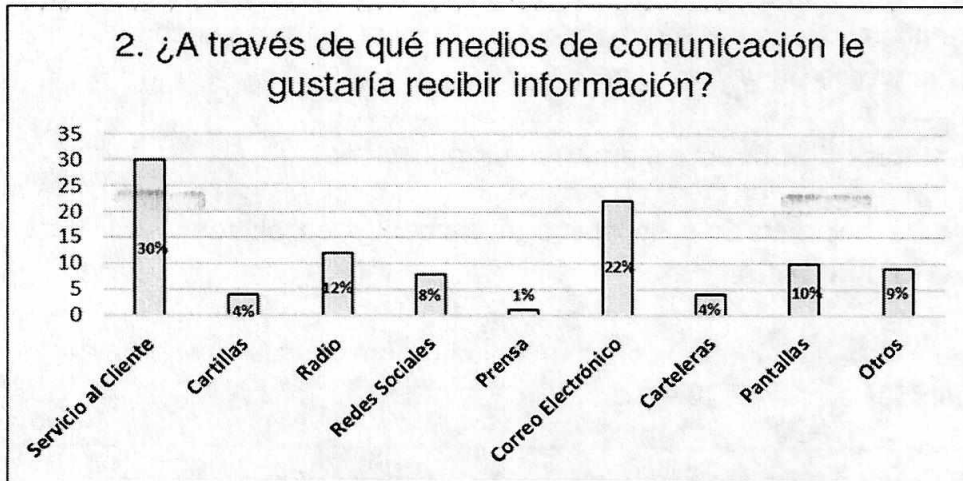
### 6.8 Resultados Encuesta Comunicación Externa

El modelo de encuesta que se aplicó lo encuentra en el **anexo #3 Modelo de encuesta Comunicación Externa**.

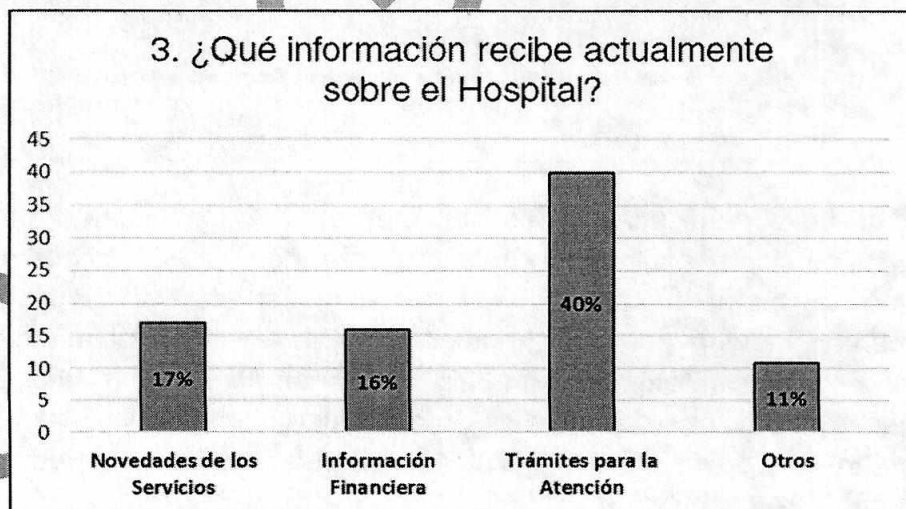
La encuesta se aplicó a 65 usuarios en las diferentes salas de espera del Hospital y los resultados arrojados fueron:



Los medios de comunicación a los que más acuden los usuarios para recibir información, son las pantallas de la sala de espera con un 34%, lo que demuestra que hasta el momento ha sido el medio más efectivo para comunicar externamente, seguido por otros medios como la atención al usuario, que la incluyeron en la opción otros con un 32% añadiendo servicio al cliente. Seguidas de las líneas telefónicas con un 18% y tanto los volantes como las reuniones, recibieron tan solo un 1%. Esto significa que las personas buscan medios rápidos, efectivos, visibles y confiables.



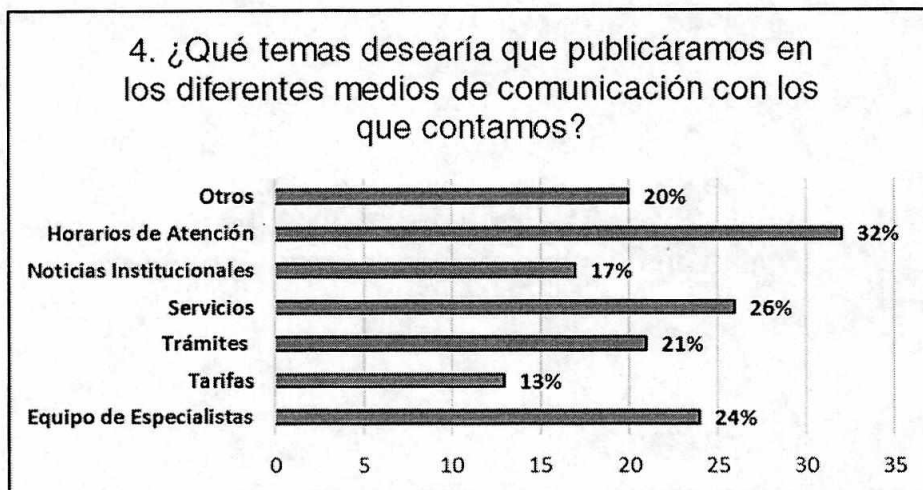
Al 30% de los usuarios encuestados le gustaría recibir información tanto verídica como completa en servicio al cliente, a través de los correos electrónicos con un 22% dado que desearían que fuera más personalizada la atención e información que se les brinde y a través de medios como la radio que alcanzó un 12% de resultado por ser un medio que llega fácilmente a lugares lejanos como veredas y pueblos, la opción otros, con un 9%, incluidos líneas telefónicas, servicio al cliente y medios de comunicación. carteleras y cartillas 4% y la prensa un 1% al ser el medio menos elegido, teniendo en cuenta que algunos usuarios no saben leer.



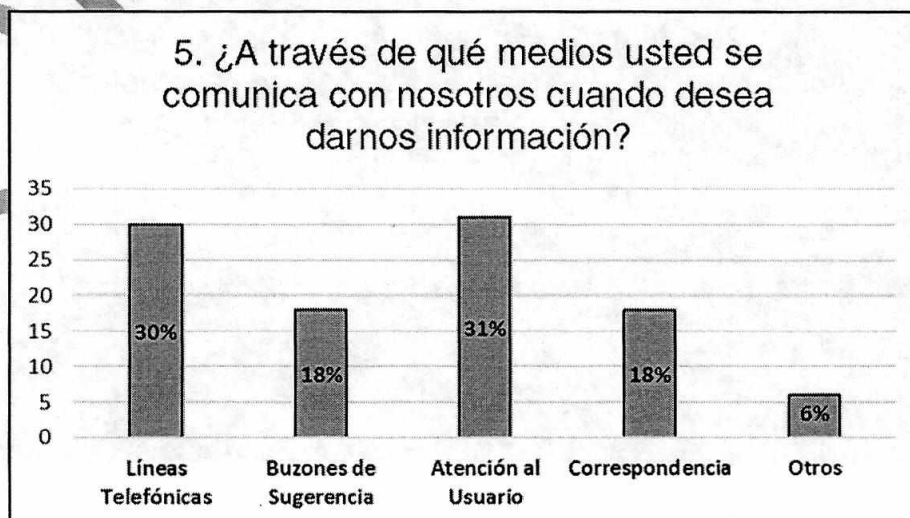
La información que más está recibiendo el público actualmente sobre el Hospital, es en cuanto a los trámites para la atención con un 40%, es decir, para las citas

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página 19 de 38</b>	

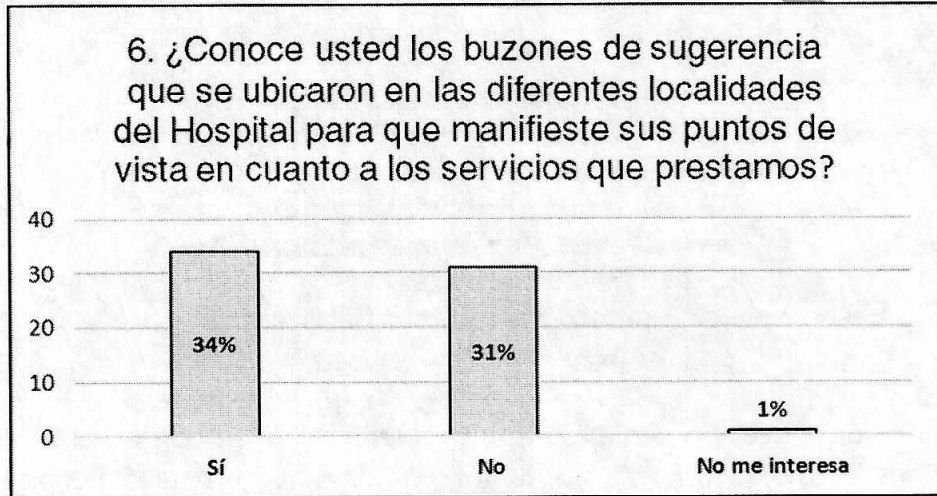
médicas, exámenes y procedimientos, seguido de novedades de los servicios con un 17%, información financiera con un 16% muy seguido de la anterior y finalmente, la opción otros, arrojó un porcentaje de 11% con noticias radiales y petición de citas. Esto demuestra que es necesario ofrecer herramientas que permitan mantener comunicado al público en diversos temas para ir disminuyendo la desinformación de los usuarios.



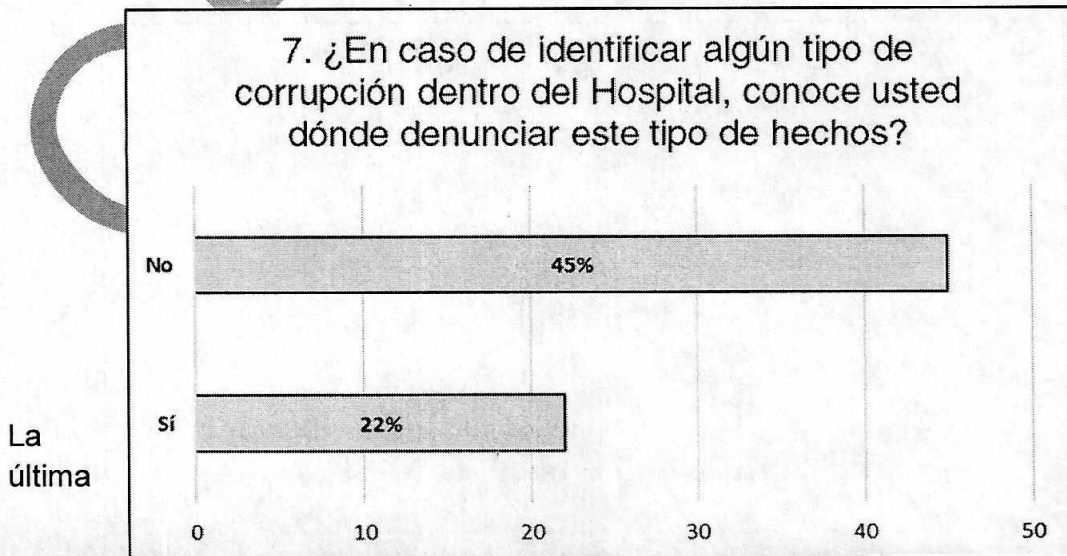
Los temas con mayor porcentaje que los usuarios desean que se publiquen, son los horarios de atención con un 32%, los servicios que presta el hospital con un 26%, el equipo de especialistas 24% y trámites 21% principalmente, lo que indica que hay un gran desconocimiento aún, respecto a todas las gestiones que la organización adelanta en pro de la comunidad tolimense. En cambio, el tema que menor porcentaje tuvo fueron las tarifas, con un 13%. La idea es lograr brindar toda la información marcada por los usuarios, así haya sido en un bajo porcentaje, ya que ellos también cuentan.



Los medios a través de los cuales los usuarios se comunican con el personal del Hospital son, atención al usuario con un 31%, seguido de las líneas telefónicas con un 30%, buzones de sugerencia y correspondencia con el mismo porcentaje 18%, finalmente la opción otros, arrojó un 6%. El público prefiere tener un contacto directo con el personal hospitalario, bien sea personalmente o telefónicamente, ya que consideran que es más efectivo recibir respuestas en un corto tiempo.



El 34% de la población encuestada dijo que sí conocía los buzones de sugerencia que se ubicaron en diferentes puntos del Hospital, mientras que el 31% dijo que no y solo un 1% manifestaron, no interesarle. Lo que significa que existe un desconocimiento generalizado de los buzones de sugerencia.



<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 21 de 38	

pregunta, se hizo con la finalidad de saber si las personas saben dónde denunciar algún tipo de corrupción dentro del Hospital para notificarlo y masificar esta información, ya que el 45% respondieron que no conocen donde denunciar este tipo de hechos específicamente y tan solo el 22% dijo que sí.

### 6.8.1 Resumen de Resultados


- Los medios de comunicación a los que más acuden los usuarios para recibir información son las pantallas de la sala de espera con un 34%.
- Al 30% de los usuarios encuestados le gustaría recibir información en servicio al cliente.
- La información que más está recibiendo el público actualmente sobre el Hospital, es en cuanto a los trámites para la atención con un 40%.
- Los Horarios de atención son el tema con mayor porcentaje que los usuarios desean que se publique con un 32%.
- Atención al usuario con 31% es el medio por el que los usuarios se comunican para brindar algún tipo de información.
- El 34% de la población encuestada dijo que sí conocía los buzones de sugerencia que se ubicaron en diferentes puntos del Hospital.
- El 45% del público, respondió que no conocen donde denunciar específicamente hechos de corrupción del Hospital.

## 6.9 Líneas estratégicas u objetivos, metas e indicador

### 6.9.1 Estrategias Plan de Comunicaciones

Luego de conocer los resultados obtenidos en las encuestas de comunicación aplicadas a funcionarios y comunidad externa, vale la pena resaltar aquellos aspectos que contribuyen a la mejora y consolidación de la comunicación:

- La preferencia del recurso humano del Hospital por recibir información a través de los correos electrónicos y los salvapantallas, al ser los medios que más revisan los funcionarios y a los que mayor garantía dan para revisar nueva información.
- Por otro lado, esperan que sea comunicada a tiempo, que siga siendo clara y llamativa y que la calidad de los contenidos sea cada vez mejor, ya

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 22 de 38	

que consideran que la comunicación interna del Hospital es buena. Una de las responsabilidades de la línea de trabajo de comunicaciones, es mejorar la imagen de las carteleras y actualizarlas constantemente.

- El personal respondió que desea recibir actualizaciones de noticias tanto internas como externas sobre el Hospital, servicios que presta cada área, convenios que se hagan con otras entidades y tips sobre clima organizacional con una periodicidad semanal y quincenal preferiblemente.

Respecto a las preferencias de los usuarios para recibir información, se identificó que los medios a los que más acuden, son las pantallas de la sala de espera y el área de atención al usuario. Adicionalmente, desearían informarse un poco más, sobre los horarios de atención, servicios, trámites y equipo de especialistas. Por último, un canal directo de comunicación entre el usuario y el Hospital, son los buzones de sugerencia, los cuales un porcentaje considerable de visitantes identifica y emplea recurrentemente.

Una vez, se resumió el diagnóstico, es importante señalar las funciones correspondientes al componente de Comunicaciones del Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E deben desarrollarse. Primero que todo, crear vínculos que mejoren las relaciones interpersonales entre funcionarios y así mismo, con los usuarios, sus familias y todo el público externo con quienes se tiene contacto directo e indirecto; a su vez, trabajar por mejorar la imagen de la institución, velar porque se cumpla lo estipulado en el Manual Corporativo, informar a la comunidad hospitalaria lo que ocurre mediante notas informativas, impulsar campañas y velar por la información general que circule por el Hospital.

De acuerdo a lo anterior, para desarrollar un plan de comunicaciones, es necesario trazar estrategias que permitan crear, fomentar y solidificar la cultura organizacional del Hospital como respuesta al diagnóstico realizado preliminarmente, con ello, se busca la mayor claridad posible al momento de mencionar los ítems que componen la estrategia, como lo son el tema, las tácticas, el público objetivo, los resultados esperados, los medios y los responsables, todo ello, con el fin de dar un mejor tratamiento a lo que se piensa lograr durante un año (**Ver anexo 4. Estrategias Plan de Comunicaciones**).

### **6.9.2 Indicadores del Plan**

De forma trimestral se realizará la evaluación del plan estratégico de comunicaciones para medir el cumplimiento de las estrategias, que son las

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	

acciones que se toman luego del diagnóstico y de las tácticas planteadas, es decir, los pasos a seguir que se llevarán a cabo para cumplir con las estrategias.

Los indicadores de seguimiento son:

- $$\frac{\text{Número de estrategias cumplidas}}{\text{Número de estrategias propuestas}} \times 100$$
- $$\frac{\text{Número de tácticas cumplidas}}{\text{Número de tácticas propuestas}} \times 100$$

#### **6.10 Recursos: humanos, tecnológicos, financieros, físicos (infraestructura y equipos)**

El plan se estructuró para ser implementado a lo largo del año, por lo tanto, será necesario contar con:

**Recurso humano**, personal de la oficina de planeación y calidad, ingenieros de Tecnología de la Información y generadores de información (funcionarios, usuarios).

**Recurso tecnológico**, equipos de cómputo, para los profesionales.


**Recurso financiero**, para efectuar algunas estrategias será importante contar con dinero para hacer más visible la información que se desee comunicar, ya que es la manera más apropiada para crear impacto tanto en público interno como externo.

#### **6.11 Cronograma de Actividades**

Ver Anexo Formato Plan de Trabajo DI-FR-004.

## **7 BIBLIOGRAFÍA**

-Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina, técnica*. Recuperado de

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 24 de 38	

[https://books.google.es/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?id=bwelcBnPNuoC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)

-Valle, M. (2003). La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI. *Razón y Palabra*, 32. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html>

-Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). *La teoría de la Comunicación y sus corrientes*. Recuperado de: [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/teoria\\_de\\_la\\_comunicacion\\_y\\_corrientes](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/teoria_de_la_comunicacion_y_corrientes)

## 8 CONTROL DE REGISTROS

Identificación		Almacenamiento		Clasificación	Tiempo de retención en archivo de gestión	Disposición Final
Código Formato	Nombre	Lugar de Archivo	Medio de archivo			
DI-FR-004	Plan de Comunicación Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E. Año 2017	Oficina asesora de Planeación y Calidad	Virtual	Por fecha	2 AÑOS	Carpeta de Obsoletos
CÓDIGO:PC-FR-012	Cumplimiento de planes de trabajo: Plan de Comunicaciones Institucionales	Oficina asesora de Planeación y Calidad	Virtual	Por fecha	1 AÑO	Carpeta de Obsoletos




<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 25 de 38	

## 9 CONTROL DE CAMBIOS

<b>FECHA DEL CAMBIO</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>	<b>RESPONSABLES</b>
13/07/2016	1	Creación del documento	Angie Viviana Nieto Alvis Comunicadora Profesional Universitario de la Oficina de Planeación y Calidad
01/06/2017	2	Actualización documento 2017	John Leguizamo Jefe Oficina de Planeación y Calidad
01/04/20198	3	Actualización documento 2018	Kelly Johana Arias Pasante comunicación social y periodismo

ORIGINAL

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	

## 10 ANEXOS

### ANEXO 1: MODELO DE ENCUESTA COMUNICACIÓN INTERNA

#### **Encuesta para conocer las necesidades de la Comunicación Interna del Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E.**

Esta encuesta es de carácter obligatorio, debe ser aplicada por cada coordinador o jefe de área junto a sus equipos de trabajo, con el fin de que todos participen y den su opinión. Adjunto encontrará un cuadro de excel el cual debe diligenciar para enumerar de manera específica la información que su área desee publicar y enviar al correo [pu.planeacioncomunicaciones@hflleras.gov.co](mailto:pu.planeacioncomunicaciones@hflleras.gov.co).

La presente encuesta tiene como objetivo, realizar un diagnóstico sobre el estado y las necesidades que se están presentando en la comunicación interna del E.S.E Hospital Federico Lleras Acosta, con el objetivo de establecer un plan de trabajo detallado desde el área de Comunicaciones, que permita consolidar y mejorar los procesos comunicativos de la organización.

**- Puede seleccionar varias opciones si lo desea.**

#### **1. ¿A través de qué medios le gustaría recibir comunicados e información de la institución?**

- a) Correo electrónico
- b) Página Web
- c) Cartelera institucionales
- d) Salvapantallas
- e) Spark
- f) Intranet
- g) Todas las anteriores
- h) Otros

#### **2. ¿Considera que la información que recibe le es comunicada a tiempo?**

- a) Si
- b) No

#### **3. ¿La información que recibe es clara y llamativa?**

- a) Si
- b) No

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 27 de 38	

**4. La calidad de la información recibida a nivel general es:**

- a) Excelente
- b) Muy buena
- c) Buena
- d) Regular
- e) Mala
- f) No recibe

**5. ¿Qué percepción tiene de la comunicación interna que se ha venido manejando dentro del Hospital?**

- a) Buena
- b) Regular
- c) Mala

**6. ¿Mediante qué medios de comunicación usted se entera de las actividades programadas por el Hospital?**


- a) Correo electrónico
- b) Spark
- c) Página web
- d) Carteleras institucionales
- e) Salvapantallas
- f) Intranet
- g) Voz a voz
- h) Otros

**7. ¿Cuál es su opinión frente a las carteleras institucionales?**

- a) Son llamativas
- b) No son llamativas
- c) Le gustan
- d) No contienen información relevante
- e) Presentan información importante
- f) No las ha revisado
- g) Otra

**8. ¿Sobre qué temas le gustaría recibir información?**

- a) Situación actual del Hospital
- b) Los servicios que presta cada área
- c) Noticias internas y externas de la institución

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 28 de 38	

- d) Convenios con organizaciones
- e) Tips sobre clima organizacional
- f) Todas las anteriores
- g) Otros

**9. ¿Qué contenidos desearía que se publicaran por área?**

- a) Informes de ejecución
- b) Tips sobre clima organizacional
- c) Objetivos para el año
- d) Ingreso de nuevo personal
- e) Campañas
- f) Todas las anteriores
- g) Otros

**10. ¿Con qué frecuencia desearía que se publicaran los contenidos seleccionados anteriormente?**

- a) Diariamente
- b) Semanalmente
- c) Quincenalmente
- d) Mensualmente
- e) Trimestralmente
- f) Semestralmente
- g) Anualmente

ORIGINAL

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 29 de 38	


## ANEXO 2:

### TEMAS A PUBLICAR POR ÁREA

Información que desea comunicar	Público Objetivo	Medio sugerido de comunicación	Periodicidad de la información	Responsables
Convocatoria internado rotatorio	Estudiantes de medicina de ultimo año	Página web	Semestral	Docencia, Investigación e Innovación
Listado estudiantes admitidos para internado rotatorio	Estudiantes de medicina de ultimo año	Página web	Semestral	Docencia, Investigación e Innovación
Convenios docencia servicio activos	Estudiantes diferentes instituciones educativas	Página web	Anual	Docencia, Investigación e Innovación
Capacitación	Estudiantes en práctica y funcionarios del hospital	Página web, correo electrónico funcionarios, salvapantallas	Ocasionalmente	Docencia, Investigación e Innovación
Estados de Cartera	Entidades Responsables de Pago	Correo Electrónico y Comunicación Formal Escrita	Mensual	Gestión Comercial y Cartera
Gestión de cobro Giro Directo	Entidades Responsables de Pago	Correo Electrónico y Comunicación Formal Escrita	Mensual	Gestión Comercial y Cartera
Estado actual procesos jurídicos Cobro de Cartera	Abogados Externos	Correo Electrónico y Comunicación Formal Escrita	Mensual	Gestión Comercial y Cartera
Solicitud de información para legalización de pagos	Entidades Responsables de Pago	Correo Electrónico	Mensual	Gestión Comercial y Cartera
Contratos vigentes	Diferentes áreas del hospital	Correo Electrónico, Spark y Comunicación Formal Escrita.	Cada vez que se registre un nuevo contrato.	Gestión Comercial y Cartera
Vencimientos de Cartera e Informe de Cartera VS Recaudo	Gerencia, Subgerencia Administrativa, Control Interno,	Correo Electrónico y formal escrita	Mensual	Gestión Comercial y Cartera

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 30 de 38	

	Planeación y Asesora Financiera.			
<b>Portafolio de Servicios</b>	Entidades Responsables de Pago	Correo Electrónico y Comunicación Formal Escrita	Cada vez que se realiza la venta de servicios o modificación de los mismos.	<b>Gestión Comercial y Cartera</b>
Presentación de propuestas de venta de servicios	Entidades Responsables de Pago	Correo Electrónico y Comunicación Formal Escrita	Cada vez que se realiza un proyecto de servicio o se amplía el portafolio.	<b>Gestión Comercial y Cartera</b>
Portafolio de servicios	Pacientes y familiares	Escrito, cartelera y pagina web	Permanente	<b>Enfermería - Unidades Funcionales de Urgencias, Internación, ambulatorios y de apoyo a la atención</b>
Derechos y deberes	Pacientes y familiares	Escrito y pagina web	Por egreso	<b>Enfermería - Unidades Funcionales de Internación, ambulatorios y de apoyo a la atención</b>
Inducción y normas de servicio	Pacientes y familiares	Escrito y pagina web	Por paciente atendido	<b>Enfermería - Unidades Funcionales de Internación, ambulatorios y de apoyo a la atención</b>
Planes de alta según cada patología	Pacientes y familiares	Escrito	Diario por paciente atendido	<b>Enfermería</b>
Cuidados específicos en heridas, dispositivos médicos, cuidados del recién nacido.	Pacientes y familiares	Escrito y pagina web	Por paciente atendido	<b>Enfermería</b>
Control de visitas o política de acompañamiento	Pacientes y familiares	Escrito y pagina web	Por paciente atendido	<b>Enfermería</b>
Notas de Seguridad y Vigilancia	Trabajadores HFLLA	Salvapantallas	Según requerimiento	<b>Gestión Ambiental y Apoyo Logístico</b>
Notas de Seguridad y Vigilancia	Visitantes	Cartelera - Pantallas Digiturno	Cada 3 meses	<b>Gestión Ambiental y Apoyo Logístico</b>

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	

		web		Trabajo
Planes de emergencia	Todo el personal	Intranet	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Alerta semana santa	Todo el personal	Salvapantallas	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Alerta Festividades san juan y san pedro	Todo el personal	Salvapantallas	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Alerta fin de año	Todo el personal	Salvapantallas	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Alerta Votaciones	Todo el personal	Salvapantallas	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Manual sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	Todo el personal	Intranet	Anual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Campañas de clima organizacional y cambio de cultura	Todo	Correos, salvapantallas, spark	Diarios	Recursos Humanos
Programas de actividades del bienestar social	Todo	Correos, salvapantallas, spark	Diarios	Recursos Humanos
Capacitaciones	Todo	Correos, salvapantallas, spark	Diarios	Recursos Humanos
Saludos de bienvenidas a nuevos funcionarios y fechas especiales	Todo	Correos, salvapantallas, spark	Diarios	Recursos Humanos
Derechos y Deberes de los Usuarios	Usuarios	Salvapantallas	Mensual	Atención al Usuario
	Colaboradores	Carteleras Folleto		
Información de interés general en temas de salud o actualizaciones de normatividad	Usuarios	Salvapantallas	Semestral	Atención al Usuario
	Colaboradores	Carteleras Folleto		
Convocar a las estrategias de Humanización	Usuarios Colaboradores	Presentación Salvapantallas	A partir del mes de Julio - Mensual	Talento Humano

**PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS  
ACOSTA E.S.E. AÑO 2018**



**Código:**  
PC-PG-004

**Fecha de elaboración:**  
01-06-2017

**Fecha de actualización:**  
28/03/2018

**Versión:** 3

**Página** 31 de 38

Aseo y Manejo de Desechos Solidos	Visitantes	Pantallas Digiturno	Según requerimiento	Gestión Ambiental y Apoyo Logístico
Mantenimiento preventivo de ascensores y plantas eléctricas	Interno/externo	Correos, salvapantallas	semestral	Mantenimiento
Capacitaciones proveedores equipos biomédicos	Interno	Correos-coordinadores	Cuando se solicite en los servicios	Mantenimiento
Corte de luz y funcionamiento de calderas	Interno	Correos-coordinadores	Cuando se informa el proveedor externo	Mantenimiento
Audiencia de rendición de cuentas	Interno/externo	Página web, intranet, radio, invitación escrita	Anual	Planeación y Calidad
Plan de Desarrollo	Interno/externo	Página web, intranet, carteleras, salvapantallas	Anual	Planeación y Calidad
Índice de Transparencia	Interno/externo	Página web	Anual	Planeación y Calidad
Informe de gestión	Interno/externo	Página web	Trimestral	Planeación y Calidad
Mapa de Riesgos de Corrupción	Interno/externo	Página web	Anual	Planeación y Calidad
Evaluación plan de desarrollo	Interno/externo	Página web	Semestral	Planeación y Calidad
Evaluación Mapa de Riesgos de Corrupción	Interno/externo	Página web	Trimestral	Planeación y Calidad
Plan Anticorrupción y de atención al Ciudadano	Interno/externo	Página web	Anual	Planeación y Calidad
Seguimiento al Plan Anticorrupción	Interno/externo	Página web	Cuatrimestral	Planeación y Calidad
Política de calidad	Interno/externo	Página web	Permanente	Planeación y Calidad
Política de Seguridad del paciente	Interno/externo	Página web	Permanente	Planeación y Calidad
Estrategias de Seguridad del paciente	Interno/externo	Página web, intranet, carteleras, salvapantallas	De acuerdo a la programación del plan	Planeación y Calidad
Plan de Acción	Interno/externo	Página web, intranet, carteleras, salvapantallas	Anual	Planeación y Calidad
Código de Ética	Interno/externo	Página web, intranet	Permanente	Planeación y Calidad
Invitación a campañas de la oficina	Todo el personal	Salvapantallas y carteleras	Mensual	Seguridad y Salud en el Trabajo
Políticas en seguridad y salud en el trabajo	Todo el personal	Salvapantallas, carteleras y pagina	Anual	Seguridad y Salud en el



<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>				 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3 <b>Página</b> 34 de 38	

### **ANEXO 3: MODELO DE ENCUESTA COMUNICACIÓN EXTERNA**

#### **Encuesta para conocer las necesidades de la Comunicación Externa del Hospital Federico Lleras Acosta de Ibagué**

La presente encuesta tiene como objetivo, conocer el estado y las necesidades que se están presentando en la comunicación externa del Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E, con el fin de mejorar e iniciar un trabajo detallado desde el área de Comunicaciones, para trabajar las problemáticas que se encuentren y así, consolidar los procesos comunicativos de la organización y brindarles un mejor servicio.

1. **¿Cuáles son los medios de comunicación a los que usted más acude para recibir información acerca del Hospital dentro de las instalaciones?**
  - a) Pantallas de la sala de espera
  - b) Carteleras
  - c) Página web
  - d) Redes Sociales
  - e) Volantes
  - f) Reuniones
  - g) Líneas telefónicas
  - h) Otros
  
1. **¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información?**
  - a) Servicio al cliente
  - b) Cartillas
  - c) Radio
  - d) Redes sociales ¿Cuáles? \_\_\_\_\_
  - e) Prensa
  - f) Correo electrónico
  - g) Carteleras
  - h) Pantallas
  - i) Otros
  
2. **¿Qué información recibe actualmente sobre el Hospital?**
  - a) Novedades de los servicios
  - b) Información financiera
  - c) Trámites para la atención

**PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS  
ACOSTA E.S.E. AÑO 2018**



<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 33 de 38
-----------------------------	--	--	-------------------	------------------------

		Carteleras		
Requerimientos Específicos de Seguimiento y Auditorias	Interno	Internet (Página Web- Correo electrónico) Físico	Diaria y Semanal	Control Interno
Documentos internos y externos relativos al servicio	Interno y Externo	Internet (Página Web- Correo electrónico) Físico	Diaria y Semanal	Control Interno
Clasificación triage	Usuarios externos	carteleras	Diaria	Urgencias
Comportamiento de los indicadores	Usuarios externos e internos	Carteleras	Mensual	Urgencias
Cuadros de asignación de turnos de médicos especialistas	Usuarios internos	Carteleras	Mensual	Urgencias
Alertas de Farmacovigilancia	Servicios Asistenciales	Internet - Físico (cartelera)	Mensual	Químico Farmacéutico
Alertas de Tecnovigilancia	Servicios Asistenciales	Internet - Físico (cartelera)	Mensual	Químico Farmacéutico
Política de Acompañamiento	Pacientes y Familiares	Escrito y Página Web	Por Paciente Atendido	Unidad Funcional Internación Médica
Procedimiento de Consentimiento Informado	Pacientes y Familiares	Escrito y Página Web	Mensual	Unidad Funcional Internación Médica
Guías de Manejo Clínico	Personal Asistencial	Página Web	Anual	Unidad Funcional Internación Médica
Disponibilidad de agendas por cada uno de los servicios ofertados	Pacientes y familiares	Escrito y pagina web	Mensual	Unidad funcional servicios ambulatorios y de apoyo a la atención
Horarios de atención al público	Pacientes y familiares	Página web	Diaria	Unidad funcional servicios ambulatorios y de apoyo a la atención
Información básica sobre cómo acceder a los servicios que presta el Hospital Federico Lleras Acosta	Pacientes y familiares	Página web y carteleras	Quincenalmente	Atención al usuario
Estrategias comunicativas para visibilizar el banco de leche internamente y externamente	Pacientes, Administrativos y familiares	Salvapantallas, folletos, carteleras	Quincenalmente	Banco de leche

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 36 de 38	

#### ANEXO 4: ESTRATEGIAS DEL PLAN DE COMUNICACIONES

TEMA	ESTRATEGIA	PÚBLICO OBJETIVO	RESULTADOS ESPERADOS	MEDIOS	RESPONSABLES
<b>Socializar el Plan de Comunicación es del Hospital Federico Lleras Acosta año 2018.</b>	-Publicar por la página web una vez revisado y aprobado.	-Personal Interno  -Público Externo	-PDF página web del Plan de Comunicaciones	-Virtuales	-Planeación y Calidad
<b>Resocializar el Plan de Desarrollo del Hospital Federico Lleras Acosta E.S.E y Manual de Sistema Integrado de Gestión</b>	-Presentar a través de los salvapantallas la misión, visión, principios y valores institucionales.  -Realizar las inducciones y reinducciones a nuevos y antiguos funcionarios.	-Personal Interno	-Publicación del PDF del Plan de Desarrollo por la página web.  Presentación en PowerPoint para uso de las reinducciones internas de las áreas	Virtuales  Actas de reinducción	-Planeación y Calidad  -Coordinadores de área
<b>Carteleros Institucionales</b>	-Actualizar permanentemente la información publicada en las carteleros. -Mejorar la imagen de las carteleros, adjuntando elementos del nuevo Manual Corporativo. -Supervisar la información que publican las diversas áreas de la institución en las carteleros.  -Publicar contenido verídico y llamativo en las carteleros.	-Personal Interno   -Público Externo	-Carteleros actualizados.   -Nuevas publicaciones.	Escrito	-Planeación y Calidad  -Áreas productoras de información para publicar
<b>Proyección deberes y Derechos de los usuarios con nueva imagen corporativa.</b>	-Renovar la información proyectada actualmente en las pantallas de la sala de espera del 1º piso (nuevo logo, inclusión de los personajes multifuncionales Magda y Federico – proyección de algunos videos de la Supersalud).	-Público Externo	-Presentación en PowerPoint con nueva imagen e inclusión de los personajes multifuncionales (Federico y Magdalena) del Hospital.	-Virtual	-Atención al Usuario  -Planeación y Calidad  -Área de Sistemas
<b>Red social</b>	-Publicar en las				

<b>PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS ACOSTA E.S.E. AÑO 2018</b>					 <small>HOSPITAL Federico Lleras Acosta</small>
<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 35 de 38	

d) Otros

**3. ¿Qué temas desearía que publicáramos en los diferentes medios de comunicación con los que contamos?**

- a) Equipo de especialistas
- b) Tarifas
- c) Trámites
- d) Servicios
- e) Noticias Institucionales
- f) Horarios de atención
- g) Otros

**4. ¿A través de qué medios usted se comunica con nosotros cuando desea darnos información?**

- a) Líneas telefónicas
- b) Buzones de sugerencia
- c) Atención al Usuario
- d) Correspondencia
- e) Otros

**5. ¿Conoce usted los Buzones de Sugerencia que se ubicaron en las diferentes localidades del Hospital para que manifieste sus puntos de vista en cuanto a los servicios que prestamos?**

- a) Si
- b) No
- c) No me interesa

**6. ¿En caso de identificar algún tipo de corrupción dentro del Hospital, conoce usted donde denunciar este tipo de hechos?**

- a) Si
- b) No

**PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS  
ACOSTA E.S.E. AÑO 2018**



<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 37 de 38
-----------------------------	--	--	-------------------	------------------------

<b>Twitter</b>	<p>carteleras institucionales la cuenta de Twitter del Hospital de manera que el público conozca y siga la única red social institucional.</p> <p>-Manejo de la cuenta que se tiene en esta red social <u>@hfilleras</u>.</p> <p>-Proyectar información positiva y verídica sobre la institución.</p> <p>-Lograr alcanzar un gran número de seguidores.</p>	<p>-Público Externo</p> <p>-Público Interno</p>	<p>-Mejorar la imagen del Hospital.</p> <p>-Generar confianza en las personas con contenidos verídicos.</p>	<p>-Virtual</p>	<p>-Planeación y Calidad</p> <p>- Comité Editorial</p> <p>-Áreas productoras de información para publicar</p>
<b>Resocialización del Manual Corporativo</b>	<p>Resocialización sobre el uso correcto del Manual Corporativo para las áreas que lo requieran o sí el caso, aquellas que deseen mejorar sus técnicas de comunicación.</p>	<p>-Público Interno</p>	<p>Uso adecuado de la imagen Institucional conforme a lo establecido en el Manual corporativo</p>	<p>-Virtual</p>	<p>Oficina de Planeación / Coordinadores de área</p>
<b>Seguimiento de Medios de Comunicación</b>	<p>-Revisar diariamente las publicaciones que los diferentes medios de comunicación divulgan sobre el Hospital.</p> <p>-Recopilar las noticias que se emiten anualmente por los diferentes medios de comunicación, para al final de cada vigencia hacer revisión y análisis sobre la imagen que proyecta el Hospital.</p>	<p>-Medios de comunicación</p> <p>(El Nuevo Día, El Olfato, Ecos del Combeima, Ondas de Ibagué, Redes Sociales...)</p>	<p>-Archivo de noticias del año.</p> <p>-Dar nuestras propias versiones de los hechos.</p>	<p>-Virtual</p> <p>-Radiales</p>	<p>- Oficina de Planeación y Calidad</p>
<b>Apoyo a la realización de eventos</b>	<p>- Revisar, aprobar y realizar comunicados, invitaciones y redactar la programación de los eventos que desarrolla el Hospital.</p>	<p>-Público Interno</p> <p>-Público Externo</p>	<p>- Revisión de la redacción y comunicados de los eventos.</p>	<p>-Físico</p>	<p>- Oficina de Planeación y Calidad</p> <p>Área que conozca el tema a desarrollarse</p>
<b>Manejo de la Información Institucional</b>	<p>-Hacer revisión general de la información que vaya a ser distribuida o publicada por los medios internos y externos del Hospital.</p>	<p>-Público Interno</p>	<p>-Distribución y publicación de información monitoreada y aprobada.</p>	<p>-Físico</p>	<p>- Oficina de Planeación y Calidad</p>

**PLAN DE COMUNICACIONES HOSPITAL FEDERICO LLERAS  
ACOSTA E.S.E. AÑO 2018**



<b>Código:</b> PC-PG-004	<b>Fecha de elaboración:</b> 01-06-2017	<b>Fecha de actualización:</b> 28/03/2018	<b>Versión:</b> 3	<b>Página</b> 38 de 38
-----------------------------	--	--	-------------------	------------------------

	-Diseñar o reajustar e-card, informes, portafolios, noticias, pendones, entre otros elementos informativos que hagan parte de la imagen institucional.	-Público Externo	-Revisión permanente de las publicaciones por áreas.	-Virtual	-Coordinadores de área
<b>Realización de Campañas Institucionales</b>	Revisar y ajustar los flyers para publicar y distribuir con el público objetivo.	-Público Interno	-Información llamativa con la nueva imagen institucional.	-Físico	- Oficina de Planeación y Calidad
	-Dar a conocer por todos los medios de comunicación con los que se cuenta el Hospital las campañas institucionales.	-Público Externo	-Mayor difusión de las actividades que adelanta el Hospital.	-Virtual	-Área de Sistemas -Representante del Área que la solicite
<b>Plan de Emergencias del Hospital Federico Lleras Acosta</b>	-Comunicar al personal interno y a la opinión pública medidas preventivas, alertas, cifras, informes que sean necesarios.	-Público Interno	-Personal bien informado	-Físico	-Área Seguridad y Salud en el Trabajo
		-Público Externo	-Publicación de Circulares	-Virtuales	- Oficina de Planeación y Calidad
			-Tarjetas Virtuales	-Presenciales	
<b>Adecuado manejo de los personajes Marca del Hospital</b>	-Incluir en todas las publicaciones del Hospital a Magdalena y Federico.	-Público Interno	-Reconocimiento de los personajes marca del Hospital.	-Virtual	- Oficina de Planeación y Calidad
		-Público Externo	-Brindarle un valor agregado a la información que se viene manejando.	-Físico	-Coordinadores de área. -Área de Sistemas