**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2021**



**RED SUB-REGIONAL NORTE 2**

**JUSTIFICACIÓN**

La comunicación organizacional es un pilar vital para el fortalecimiento y desarrollo institucional, se centra principalmente en las diferentes acciones comunicativas que se desarrollan con y para las personas. Al comprender la comunicación como un proceso transversal en la institución, se permite tener un enfoque estratégico que contribuya a la consecución global de los objetivos estratégicos propuestos.

La comunicación interna como factor clave que contribuye al crecimiento y posicionamiento de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. se estructura y consolida mediante herramientas, medios y mecanismos de comunicación interna que facilitan la interacción entre las diferentes áreas que componen la institución. Para así poder promocionar y posicionar los ideales, el direccionamiento, los valores, objetivos y metas en nuestro equipo de colaboradores y personal de la E.S.E

La comunicación externa tiene como fin incrementar de manera positiva la percepción de la entidad E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL ante sus usuarios y en la población del departamento del Magdalena. Consolidando así procesos de comunicación eficaces y transparentes, que optimicen el uso de los recursos de la institución. Transmitiendo los ideales de nuestra organización y posicionando la excelencia de nuestro servicio.

Una parte vital de la oferta de los servicios médicos de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL recae en la buena comunicación, posicionamiento y venta de nuestros servicios en salud. Una buena segmentación, apoyada en planes de marketing digital y medios es necesaria para maximizar el alcance de la oferta de servicios por parte de la entidad. Comunicar y posicionar para maximizar las ventas.

Por tal motivo, consolidar los mecanismos que fortalecen la comunicación de manera efectiva, por medio del manejo de los diferentes medios de comunicación internos y externos, permitirá mejorar las vías de comunicación entre los directivos, funcionarios, entidades externas, usuarios, comunidad y medios de comunicación, partiendo de los objetivos estratégicos en salud propuestos desde la Gobernación del Magdalena.

**OBJETIVO GENERAL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN E.S.E HOSPITAL DEPARTAMENTAL**

**SAN RAFAEL DE FUNDACIÓN**

Diseñar e implementar estrategias de comunicación efectivas y eficaces, que permitan el buen posicionamiento de la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL DE FUNDACIÓN como una marca reconocida, con amplia experiencia en salud, sentido social y ambiental. Además de promocionar nuestros servicios, políticas, planes, programas, proyectos y actividades a través de la comunicación interna y externa, el marketing digital y herramientas comunicativas para llegar de forma efectiva a los públicos interno y externo, así como también a los usuarios de nuestros servicios y la comunidad en general.



**OBJETIVOS ESPECIFICOS**

* Socializar los logros y avances del Modelo de Atención en Salud y demás temas específicos propios de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL.
* Posicionar la imagen institucional de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL como un agente prestador de servicios de salud de la red pública con altos estándares de alta calidad y humanización en los servicios.
* Vender de manera efectiva, inteligente, innovadora y amena los servicios en salud ofertados por la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL.
* Diseñar campañas de comunicación interna para promover la apropiación de nuestra marca, visión, misión, valores y principios, objetivos estratégicos y demás iniciativas internas que busquen el mejoramiento continuo del clima organizacional dentro de la institución.
* Rediseño y lanzamiento de la nueva página web institucional. Fomentando los servicios digitales que facilitan el acceso a nuestros usuarios, colaboradores y clientes a la información de su interés de la E.S.E Hospital San Rafael.
* Por medio de la campaña ¨¨UNETE AL GRUPO¨¨ fortalecer la comunicación, interacción y trabajo en equipo entre todo el personal de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. Dándole visibilidad a todas las áreas y destacando el valioso trabajo en equipo.
* Establecer e implementar protocolos y políticas de comunicación interna y externa para fortalecer la imagen institucional.
* Fortalecer la interacción con los medios de comunicación locales para lograr canales efectivos de comunicación con nuestros usuarios y la comunidad en general.

# PÚBLICO OBJETIVO

# Grupos de Interés Externos:

**Secretaría Departamental de Salud.** Es la entidad encargada de dirigir la salud en el departamento, con la cual los principales temas de interés para el manejo de la información son Planes, Programas y proyectos a desarrollar; Informes de gestión; Informes de avance de convenios.

**Usuarios y Comunidad en General.** Habitantes del municipio de Fundación magdalena y los demás municipios que conforman la subred zona norte 2 donde la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL actúa como cabeza de nodo liderando la revolución de la salud en el departamento.

**Gobierno Central.** Son las entidades con las que la Subred interactúa en circunstancias específicas y con los cuales se busca mantener y fortalecer las relaciones y rendición de cuentas, bajo criterios de transparencia, anticorrupción y anti trámites.

**Proveedores.** Personas jurídicas o naturales que venden, suministran y/o abastecen productos o servicios para los procesos de la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL

**Medios de Comunicación.** Aliados estratégicos con los cuales se realiza el proceso de difusión de la información. Los medios de comunicación masivos (radio, prensa, televisión y redes sociales) son de vital importancia para dar a conocer a la comunidad sobre los cambios, iniciativas, procesos y servicios en la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL.

## **Grupos de Interés Internos:**

**Equipo Directivo.** Conformado por Gerente, Subgerentes, Asesores y Líderes, a los cuales se les referencia todo tipo de temas concernientes de la entidad.

**Servidores públicos y colaboradores.** Dentro del modelo de operación de la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL se cuenta con personas con vinculación directa (planta) y orden de prestación de servicios, con los cuales se trabaja el desarrollo y fortalecimiento de competencias, cultura organizacional, inclusión social y desarrollo personal de los colaboradores para generar valor institucional.

# Cuadro Táctico- Plan General de Comunicación

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **META** | **ACTIVIDADES** | **RESPONSABLES** | **FRECUENCIA** | **INDICADORES** | **DOCUMENTOS O REGISTROS** |
| Lograr el posicionamiento de la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL como una institución prestadora de servicios desalud reconocida a nivel departamental por la calidad en sus procesos y el impacto positivo en los niveles de salud de la comunidad, mediante la implementación de estrategias comunicativas que visibilicen el modelo de salud. | Informar y Socializar los avances de la implementación del cambio en la salud impulsado por la gobernación del Magdalena. | Oficina de ComunicacionesGerencia Líderes de áreasSistemas | Permanente | Actividades solicitadas/ No. Total, de actividades realizadas | Redes socialesPublicación página WebCorreosCarteleras institucionalesMedios masivosPantallas internasFondo de pantallaBoletín Informativo |
| Mantener actualizada la página web, dando cumplimiento a la Ley 1712 de2014. | SistemasPlaneación Oficina de Comunicaciones | Permanente | Funcionamiento de la pagina  | Seguimiento matriz publicación Página Web |
| Socializar y vender los Servicios de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. |  Oficina de comunicaciones | Permanente | Portafolio de Servicios actualizado | Nota divulgada en Medios de comunicaciónMedios de comunicación internosMedios de comunicación externos |
|  |  |  |  |  | Publicación Página Web Portafolio de ServiciosPautas en redes sociales. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Apoyar la realización de una audiencia pública de rendición de cuentas | GerenciaOficina deComunicaciones | Anual | No. de espacios realizados/ No. de espacios programados | Actas de reuniónRecurso gráfico de los eventos |
| Realizar Monitoreo de Medios Comunicación | Oficina de Comunicaciones | Permanente | Número de noticias positivas de la Subred Norte | Formato Seguimiento Medios de Comunicación |
| Creación y difusión de las piezas comunicativas | Oficina de Comunicaciones | Permanente | Número de piezas | Piezas |
| Fortalecer la comunicación organizacional en la ESE HOSPITAL SAN RAFAEL.Rediseño y lanzamiento página web institucional  | Apoyar y soportar la organización de eventos a las dependencias que lorequieran. | Oficina de ComunicacionesÁreas Responsables del evento | Permanente | N. de eventos institucionales apoyados/ N. solicitudes deapoyo a eventos | Requerimiento y recurso audiovisual del evento |
| Aplicación de la encuesta de comunicación organizacional | Oficina de Comunicaciones | Anual | Resultados encuesta clima organizacional. | Informe Encuesta Organizacional |
| Desarrollo de la nueva página web de la ese. Mayor interacción y funcionalidad para nuestros visitantes y usuarios | Oficina de comunicaciones | Permanente | # de visitantes y usuarios de la nueva página web periodo de tiempo. | Nueva página web en funcionamientoDifusión de la entrada en funcionamiento de la pagina |

**DESARROLLO E IMPLEMENTACION**

**DE ESTRATEGIAS**

1. **Campaña “UNETE AL GRUPO”**

Esta estrategia surge de la necesidad de fomentar la interacción entre todas las áreas de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL DE FUNDACION, mejorar el ambiente organizacional. Por medio de campañas lúdicas e interactivas que motiven a los funcionarios a conocer y apropiarse de los objetivos estratégicos, visión, misión y demás valores institucionales que son la piedra angular para consolidar un equipo de trabajo eficiente, comprometido y feliz.

**OBJETIVOS**

Socializar y divulgar de manera permanente la información de los planes, programas y avances que la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL DE FUNDACION está implementando. Incrementando la difusión y participación de todos los colaboradores y funcionarios de la E.S.E. siendo activos importantes en todas las estrategias comunicacionales del hospital.

 **ALCANCE**

La estrategia está dirigida a todos los colaboradores de la institución, por medio de la socialización de las piezas comunicativas y demás herramientas que permitan el fortalecimiento de los conocimientos institucionales y la apropiación de los mismos. Además de informar de primera mano, a todos los miembros de la E.S.E sobre las campañas que se adelanten desde la gerencia y el departamento de comunicaciones.

**ACCIONES A DESARROLLAR**

A través de las diferentes actividades programadas socializar la campaña ´UNETE AL GRUPO´ Redes sociales con el #UNETEALGRUPOHSR #LOESTAMOSHACIENDOHSR. Masificación de los mansajes y resultados de todas nuestras acciones como institución.

Empoderar de manera dinámica a nuestros colaboradores y funcionarios de la importancia que tiene para la institución su participación activa en la difusión de los mensajes que desde la gobernación y la gerencia de nuestra institución salgan.

****

1. **ACTUALIZACION Y RELANZAMIENTO PAGINA WEB**

Esta actualización surge de la necesidad de facilitar la interacción la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL DE FUNDACION y sus usuarios. Por medio de plataformas digitales funcionales direccionar nuestros servicios por medio de este medio interactivo. Las condiciones actuales por la pandemia de la covid19 son una oportunidad de digitalizar procesos (reserva de citas, envió de resultados, atención al cliente, etc.)

**OBJETIVOS**

Desarrollar nuestra página web acorde a las necesidades funcionales de la institución en la nueva era de servicios digitales, con capacidad de respuesta, atención interactiva y funcionamiento estable y agradable para los usuarios. Que aporte funcionalidades al servicio prestado y organice aún más los tiempos de atención al cliente.

 **ALCANCE**

El desarrollo de la nueva página web es una herramienta que tendrá impacto interno y externo. Tanto para nuestro personal como nuestros usuarios, proveedores y comunidad en general.

**ACCIONES A DESARROLLAR**

Iniciar proceso de diseño web institucional que solucione y brinde nuevas oportunidades de comunicación y cubra las necesidades de automatización de procesos y acceso a la información.

1. **ACTUALIZACION Y REDISEÑO PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

Esta actualización surge de la necesidad de promocionar de manera dinámica, ágil y sintetizada los servicios ofrecidos por le E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. El portafolio de servicios es la carta de presentación ante el mercado. El buen diseño, estructura y contenido transmite información clave a la hora de promocionar nuestra institución.

**OBJETIVOS**

Desarrollar nuestro portafolio de servicios destacando nuestros nuevos servicios y las mejoras que constantemente estamos realizando para estar a la vanguardia de la salud en el departamento del Magdalena. Conseguir un portafolio optimizado, que sintetice los ideales y valores de nuestro hospital es la carta de presentación ante el mundo.

 **ALCANCE**

El desarrollo de nuestro portafolio de servicios actualizado es una herramienta que tendrá impacto interno y externo. Tanto para nuestro personal como nuestros usuarios, proveedores y comunidad en general para así Comunicar de manera eficiente quienes somos, que hacemos, como, y por qué.

**ACCIONES A DESARROLLAR**

Iniciar un proceso de creación y diseño del portafolio de servicios institucional que solucione y brinde información actualizada, veraz, atractiva y clara acerca de los servicios prestados. Nuestras políticas y valores.

1. **CREACION Y SOCIALIZACIÓN DEL MANUAL DE PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE HSR.**

**OBJETIVOS**

El manual de protocolo de atención al cliente tiene como finalidad aclarar, educar y perfeccionar todos los puntos de interacción de nuestros colaboradores y funcionarios con nuestros clientes y usuarios.

El mejoramiento continuo de los protocolos de atención al cliente nos permitirá ser coherentes con nuestros esfuerzos de mejoramiento interno y lograr que nuestros usuarios experimenten de primera mano nuestra atención a los detalles y la prioridad que le damos a cada uno de ellos al ingresar a las instalaciones del hospital.

 **ALCANCE**

Nuestro protocolo de atención al cliente tendrá un alcance global, toda la organización debe conocerlo y tenerlo claro, adoptarlo y ponerlo en práctica en cada oportunidad que se tenga de interactuar, informar y atender a los usuarios que nos visiten.

**ACCIONES A DESARROLLAR**

1. Creación del manual de protocolo para la atención al cliente.
2. Socialización del manual de protocolo a todas las áreas del hospital.
3. Capacitación a los colaboradores acerca de la importancia del protocolo de atención al cliente.
4. Campañas de concientización de la importancia de saber aprovechar los puntos de interacción con nuestros usuarios.
5. Medición y control de la aplicación de nuestro manual de protocolo de atención.
6. **PAUTA PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES.**

**OBJETIVOS**

El objetivo del diseño y aplicación de una estrategia de medios digitales tiene como finalidad maximizar el alcance e impacto de nuestras publicaciones en redes sociales. Es vital para el posicionamiento de nuestra institución que le demos visibilidad a nivel local, departamental y nacional de los programas, iniciativas y procesos de mejoramiento continuo que implementemos y desarrollemos para nuestra comunidad.

La pauta de dichas publicaciones, asegurara un alcance mucho más especializado y masivo de nuestros esfuerzos comunicativos. Contribuyendo así a la consecución de los objetivos de posicionamiento de la marca Hospital Departamental San Rafael de Fundación.

**ALCANCE**

El alcance de dicha estrategia de pauta comercial en medios digitales se definirá en función del objetivo de cada publicación de manera específica.

**ACCIONES A DESARROLLAR**

Desarrollar dos modelos de estrategia de marketing digital; una segmentada y una general. La estrategia segmentada tiene como objetivo reducir el público objetivo de dichas publicaciones para lograr un impacto más especializado y focalizado en cierta población objetivo. Dependiendo del objetivo de la publicación y el alcance deseado se diseña la campaña digital en los medios a utilizar.

La segunda parte de la estrategia será dirigida de manera general a la totalidad de población objetivo en el departamento. Estas publicaciones y pautas tendrán como fin alcanzar el mayor número posible de vistas. Llevando así nuestras comunicaciones a un nivel mucho más amplio en cuanto a visitantes y personas que reciben nuestro contenido.

**EJES DE TRABAJO**

Para lograr el fortalecimiento de la comunicación es indispensable lograr el éxito de los objetivos propuestos y evidenciar resultados a través de los siguientes ejes:

## **DESARROLLO EJES DE TRABAJO**

**COMUNICACIÓN INTERNA:** fortalecer los canales de comunicación como Intranet, crear el boletín institucional (trimestral), correos, carteleras, pantallas, fondos de pantalla y demás actividades que permitan fortalecer los procesos de comunicación interna. La importancia del óptimo desarrollo de este aspecto es compromiso de todas las áreas, ya que necesitamos la participación activa y respuesta a cada estrategia desarrollada y aplicada en la institución.

**COMUNICACIÓN EXTERNA:** el fortalecimiento de la comunicación apoyándonos en los medios locales, regionales y nacionales con el fin de generar canales de información eficaces que nos permitan cumplir con los objetivos estratégicos de comunicación de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL.

Destacar los avances en la aplicación de las nuevas políticas en salud impartidas por la Gobernación del Magdalena desde la secretaria de salud del departamento. Con el fin de que nuestra comunidad en todo el departamento reciba información veraz, útil y relevante de todas las acciones encaminadas a lograr el mejoramiento en los servicios en salud que prestamos en la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL.

La comunicación externa estratégica como eje principal de la oferta comercial de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. Desarrollando publicaciones diseñadas para el mercado objetivo. Alineado con los principios y valores internos que buscamos reflejar externamente. Saber que comunicar, cuando, donde y a quien. Con el fin de conseguir más clientes.

**DISEÑO**: Apropiación, adopción y posicionamiento de la marca, su Identidad, sus logos y el adecuado uso de dichos elementos en las comunicaciones oficiales.

**REDES SOCIALES:** Generar campañas de marketing digital que abarquen las iniciativas, planes en salud, actividades, fechas destacables, destacar logros, avances científicos, felicitaciones, responder a las quejas o a la desinformación y demás contenido que se considere relevante,

Es de suma importancia concientizar al público interno, que es clave la utilización y apropiación en redes sociales de la E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL. Ya que son ellos los encargados de difundir los mensajes que desde el departamento de comunicaciones salen al público en general.

Comenzar a utilizar de manera planificada la herramienta de pauta en medios masivos digitales. Donde con pequeñas inversiones programadas se puede multiplicar exponencialmente el alcance, impacto y resultado de las campañas.

**RECURSO HUMANO Y TECNICO QUE CONFORMA EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DE LA E.S.E HOSPITAL SAN RAFAEL DE FUNDACIÓN**

**Líder de Comunicaciones:** profesional de comunicación social y periodismo, con experiencia como director, jefe y/o coordinador de oficinas de comunicaciones. Con experiencia en diseño e implementación de planes de comunicación en empresas de sector público y privado, con excelente manejo de comunicación interna y externa, relaciones con medios de comunicación, públicos internos; con conocimiento de diseño de piezas publicitarias, web y relacionadas. Experiencia en clima y cultura organizacional e implementación de planes de calidad y acreditación. Marketing digital.

**Profesional de Marketing especializado:** profesional en Marketing y Negocios Internacionales, con especialización en Gerencia de Marketing, experiencia articulando planes de comunicación organizacional, excelente manejo de relaciones con público interno y externo. Propositivo, con conocimiento de diseño de piezas publicitarias, web y relacionadas. Marketing digital

**Comunicador social:** Profesional en comunicación social y periodismo con experiencia en difusión interna y externa de piezas, campañas y estrategias de comunicación.

**Diseñador Gráfico:** diseñador gráfico con experiencia en crear piezas gráficas, campañas, ilustraciones y todo lo que requiera para los planes de comunicación. Diseño de brochures, volantes, pendones. También deberá realizar presentaciones de alto impacto para gerencia, plantillas, y realizar videos cortos, también deberá aportar piezas gráficas la web e intranet. Manejo de programas de diseño tales como adobe, ilustrator, indesing, Photoshop, QuickTime, programas avanzados de edición de videos.

**Community manager;** comunicador social y periodista, con experiencia en contenidos para redes sociales, Copys, campañas de marketing digital y medición (Google analitycs) de la visibilidad y usabilidad de las redes.

**WebMaster:** ingeniero de sistemas, diseñador gráfico o comunicador con experiencia en manejo técnico de páginas web en Joomla, PHP, Drupal, CMS, HTLM.

**PRESUPUESTO**

En términos presupuestales se definirán en función del alcance deseado por cada publicación y la inversión disponible en el momento de realizarla.

Al igual que los diferentes tipos de eventos y campañas realizadas se estructurarán dependiendo de las características de cada uno y de la disponibilidad de los recursos necesarios.

**MEDICIÓN**

La medición de los resultados de cada iniciativa será de manera periódica previamente definida por estrategia puesta en funcionamiento. Esta medición permitirá controlar la efectividad de cada actividad, plan o estrategia. Con el fin de poder realizar cambios y ajustes a medida que los resultados se ven reflejados.

Los planes de comunicación y marketing requieren seguimiento constante, evaluación, control y reevaluación. Sobre todo, cuando se asignan recursos para realizar publicidad SEM o se potencia la publicidad SEO.