

PLAN DE COMUNICACIÓN



ESE BelloSalud
Juntos construimos vidas saludables

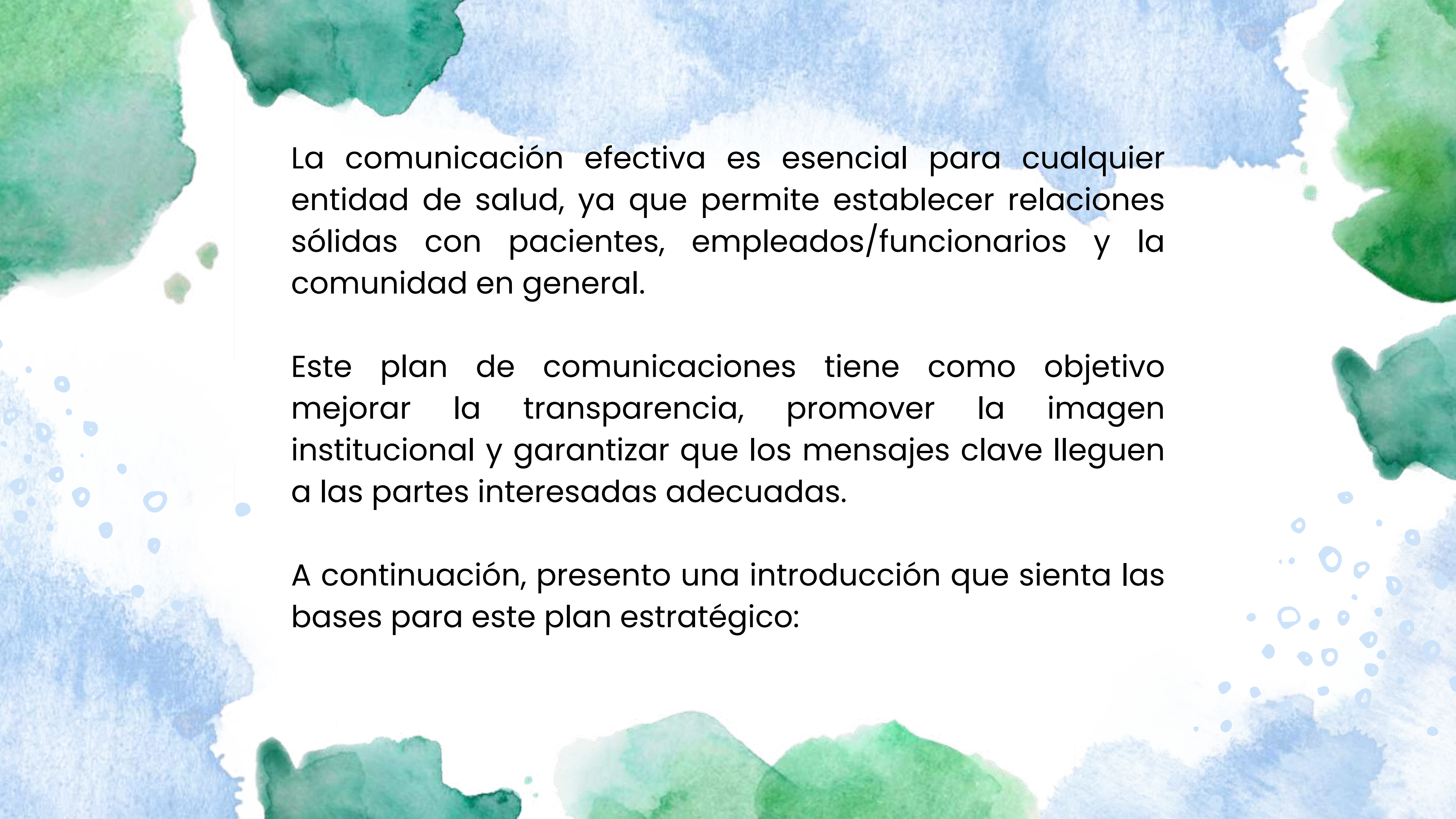


CONTENIDOS

- Introducción
- DAFO / FODA
- Objetivos
- Audiencia
- Mensaje Clave
- Canales de Comunicación
- Retroalimentación
- PROPUESTA

The background features a large, soft blue watercolor wash that covers most of the page. In the top right and bottom left corners, there are clusters of small, teal-colored dots of varying sizes, some of which are slightly blurred, giving a sense of movement or depth.

INTRODUCCIÓN



La comunicación efectiva es esencial para cualquier entidad de salud, ya que permite establecer relaciones sólidas con pacientes, empleados/funcionarios y la comunidad en general.

Este plan de comunicaciones tiene como objetivo mejorar la transparencia, promover la imagen institucional y garantizar que los mensajes clave lleguen a las partes interesadas adecuadas.

A continuación, presento una introducción que sienta las bases para este plan estratégico:

Contexto y Justificación

La ESE BELLOSALUD se enfrenta a desafíos constantes en un entorno dinámico. La comunicación eficaz es fundamental para:

1. Transparencia y Confianza: La comunidad necesita información clara sobre los servicios, procesos y decisiones de la entidad. La transparencia fomenta la confianza y la credibilidad.

2. Promoción de Servicios: La comunicación externa debe destacar los servicios ofrecidos, las especialidades médicas y las ventajas competitivas.

3. Compromiso Interno: Los empleados deben estar informados y comprometidos con la misión y visión de la entidad.

MATRIZ DE ANÁLISIS FODA (DAFO)

FORTALEZAS

Características y habilidades internas

- **Factores internos favorables:**

Todo para hacer, todo para mostrar por los diferentes canales de información y comunicación

- **Habilidades y características únicas de la ESE:**

Autonomía e independencia en los contenidos

- **¿Qué me hace destacar?**

- La segunda Institución de Salud con más sedes prestadoras de servicio del área Metropolitana
- Se cuenta con herramientas tecnológicas para construir material de calidad

F

O

OPORTUNIDADES

Características y habilidades externas

- **Factores internos favorables:**

La mayoría del personal lleva años en la entidad, lo que posibilita temas para reforzar

- **Dificultades del entorno de la empresa ¿Qué nos diferencia como empresa de la competencia?**

- El sector / los diferentes barrios de ubicación de la ESE
- El público de interés

ANÁLISIS
FODA

DEBILIDADES

Dificultades y limitaciones internas

- **Factores internos desfavorables:**

- **Carencias y limitaciones internas**

- Falta de apropiación de procedimientos en algunos casos.
- Deficiencia en la comunicación interna entre funcionarios.

- **¿Qué podemos mejorar?**

Los canales de información y comunicación de la ESE: mail institucional y canales oficiales

D

A

AMENAZAS

Dificultades y limitaciones externas

- **Factores externos desfavorables**

- Limitantes económicos de los usuarios para llegar a varias de las sedes
- Público

- **Obstáculos y dificultades del entorno de la empresa**

- **Análisis de la competencia**

Objetivos del Plan de Comunicaciones

Los objetivos específicos de este plan son:

1. Mejorar la Comunicación Interna:

- Facilitar la transmisión de información entre departamentos y niveles jerárquicos.
- Fomentar la participación activa de los empleados en la toma de decisiones.

2. Fortalecer la Comunicación Externa:

- Posicionar la entidad como líder en atención médica de primer nivel
- Informar a la comunidad sobre programas de prevención, promoción de la salud y eventos relevantes.

Estrategias y Acciones

Para lograr estos objetivos, se implementarán las siguientes estrategias:

1. Segmentación de Audiencias:

- Identificar grupos clave: pacientes, familiares, médicos, personal administrativo y comunidad en general.
- Adaptar los mensajes según las necesidades y características de cada audiencia.

2. Canales de Comunicación:

- Utilizar múltiples canales: redes sociales, boletines, sitio web, carteleras, reuniones internas y medios de comunicación locales.
- Garantizar la coherencia y uniformidad de los mensajes.

3. Evaluación Continua:

- Medir la efectividad de las acciones de comunicación.
- Realizar ajustes según los resultados obtenidos.

1.Segmentación de Audiencias:

Identificar grupos clave: pacientes, familiares, médicos, personal administrativo, comunidad en general y sector público

- **Público externo:**

Hombres y Mujeres entre los 13 a los 80 años de edad
Perteneientes a los estratos socioeconómico 0,1,2 y 3

- Personal médico: Profesionales en Salud
- Personal Administrativo: Técnicos, Tecnólogos, Profesionales
- Comunidad en general
- Sector Público

Canales de Comunicación:

- Utilizar múltiples canales: Whatsapp corporativo, redes sociales, boletines institucionales, sitio web, carteleras, reuniones internas, carro con megáfono y medios de comunicación locales.
- Garantizar la coherencia y uniformidad de los mensajes.

3. Retroalimentación / Evaluación Continua:

- Medir la efectividad de las acciones de comunicación.
- Realizar ajustes según los resultados obtenidos.



PLAN DE ACCIÓN

VISIBILIDAD Y REPUTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

Actualización de la identidad institucional (colores institucionales) en los diversos canales de comunicación de la E.S.E BelloSalud

Actualización del modelo de diseño de:

- Piezas gráficas
- Vídeos institucionales
- Hoja membrete (impresión de papel)
- Manual de presentaciones institucionales
- Boletín informativo interno y externo
- Manual de identidad corporativa
- Carnets institucionales
- Otro material POP: pendón, volante, carpeta institucional, certificado, tarjeta de invitación a eventos.



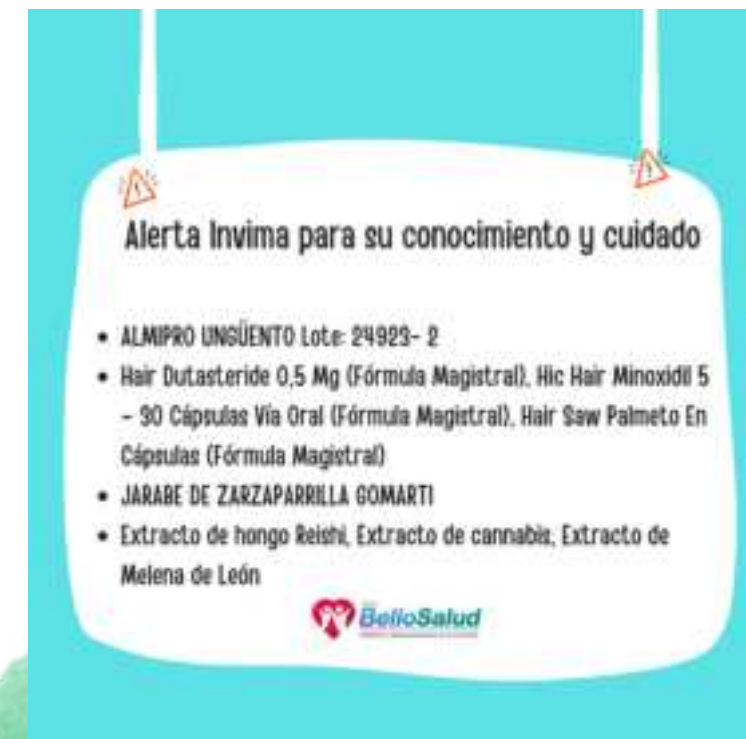
Propuesta de piezas gráficas internas y externas

FECHAS ESPECIALES

Campañas Institucionales

Consolencias

ALERTAS INVIMA



REDES SOCIALES

Página de Facebook



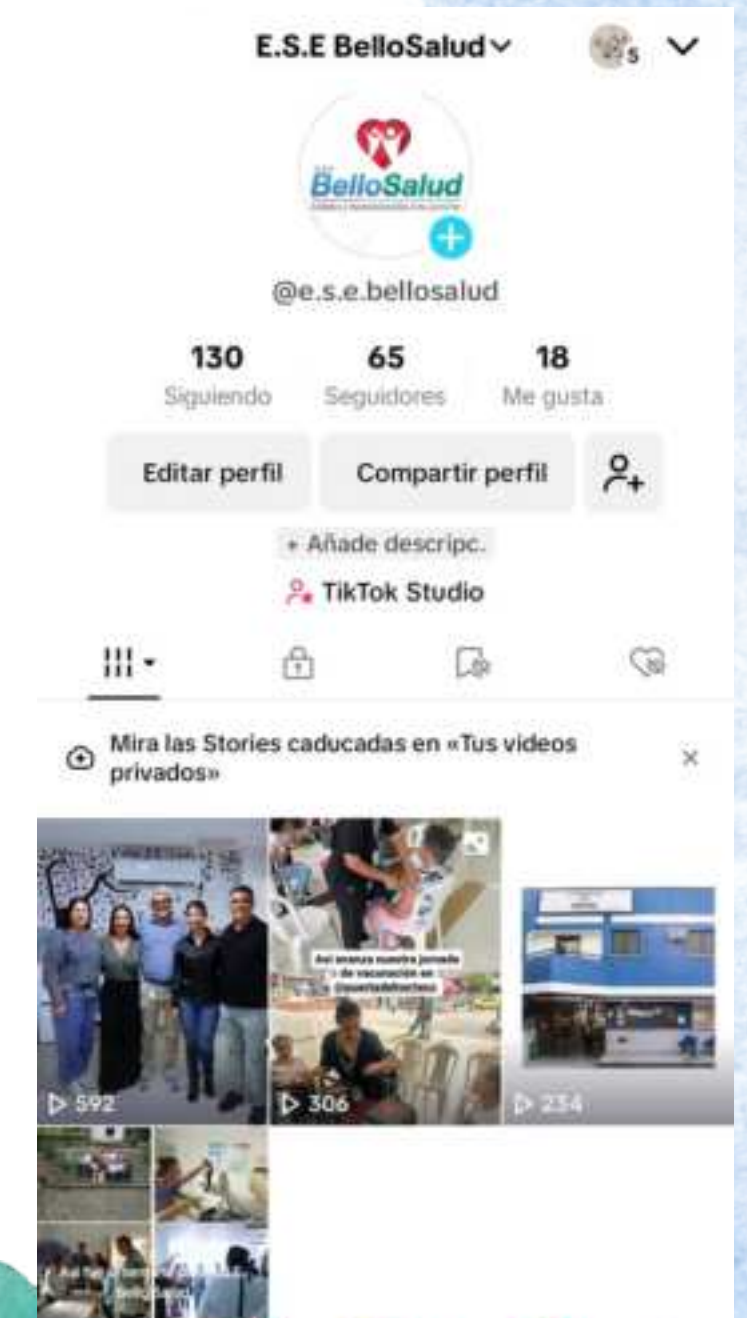
Perfil de Facebook



Página de X



Perfil de TikTok (NUEVA)



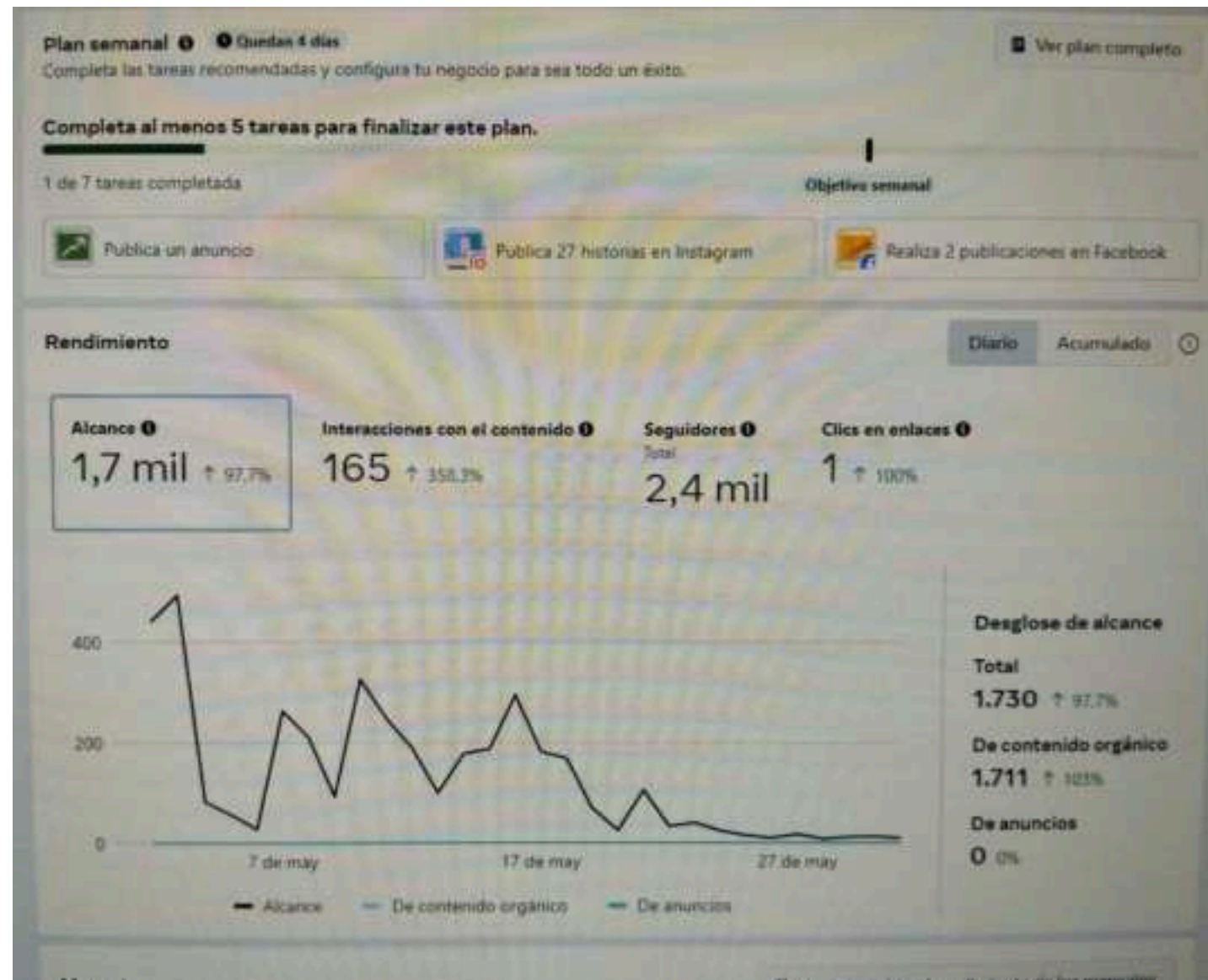
Página de Instagram



CRECIMIENTO EN REDES SOCIALES

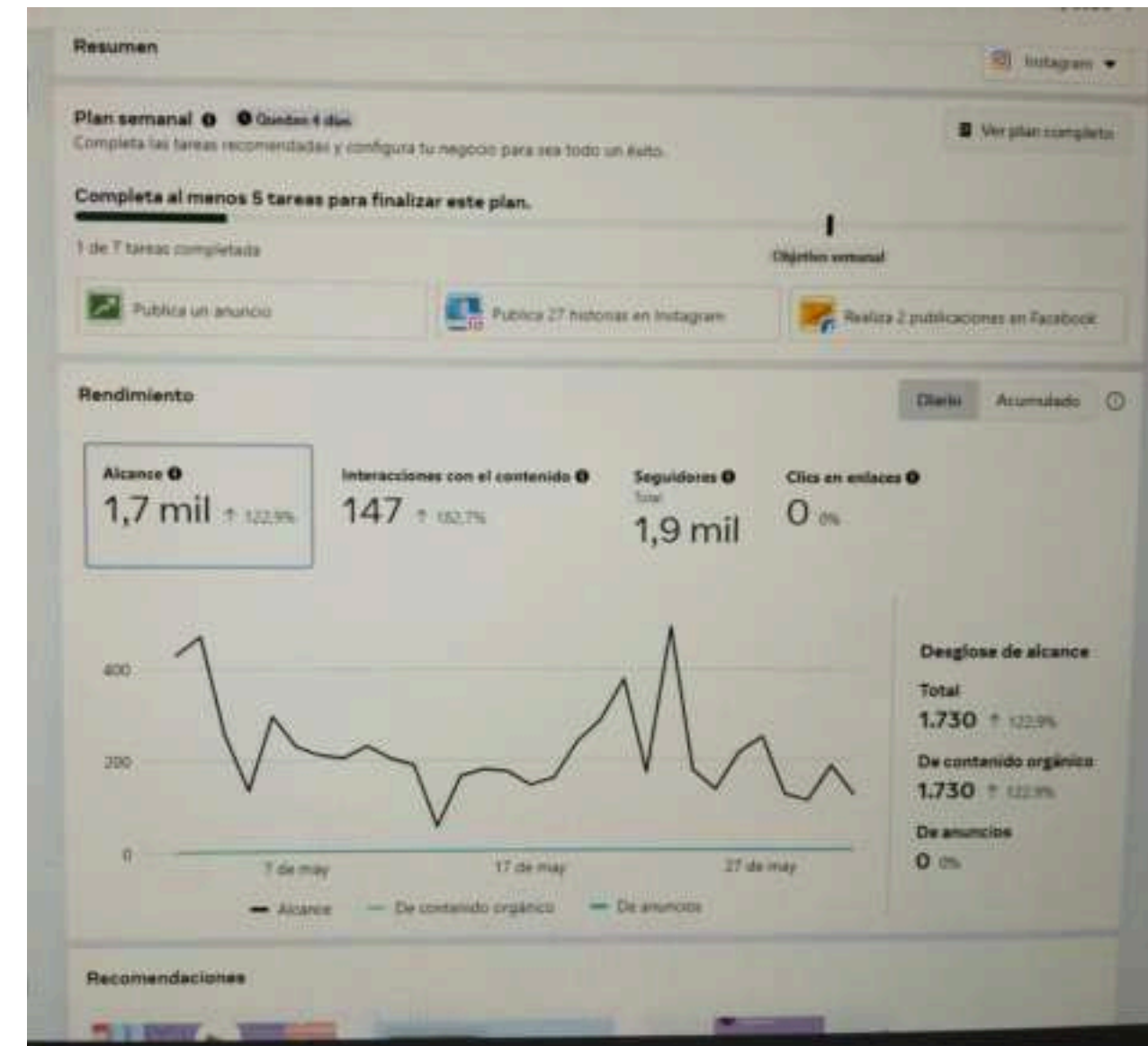
FACEBOOK

Diciembre 2024



INSTAGRAM

Diciembre 2024



The background features a soft, artistic watercolor effect with various shades of light blue and green. The colors are blended and layered, creating a textured, painterly appearance. The blue washes are more prominent in the upper and lower right areas, while the green washes are scattered throughout, particularly in the top left and bottom right corners.

Documentos oficiales físicos y digitales



ESE BelloSalud



Objetivos

01

Texto

02

Texto

03

Texto

Actualización Página Web

Link de prueba:

ESE Bello Salud

Esta es la página principal de Mi Aplicación.

 esebellosalud.gov.co/

Mapa de **Procesos**



E.S.E. **BelloSalud**
Calidez y humanización a tu servicio



DERECHOS



y DEBERES

de los Usuarios



- DEBER DE CANCELAR CITAS
- DEBER DE CUIDAR TU SALUD
- DEBER DE RESPETAR EL PERSONAL DE SALUD
- CLARIDAD EN LA INFORMACIÓN

DERECHOS



y DEBERES

de los Usuarios



- DERECHO A LOS SERVICIOS
- DEBER A LA PRIVACIDAD
- DEBER DE PRESENTAR PQRS
- DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN CLARA

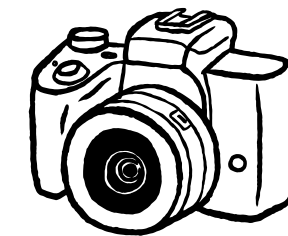


Creación de dos campañas institucionales (físicas, digitales, orgánicas y pagas) para visibilizar y posicionar a la ESE BELLO SALUD a nivel local, regional y nacional

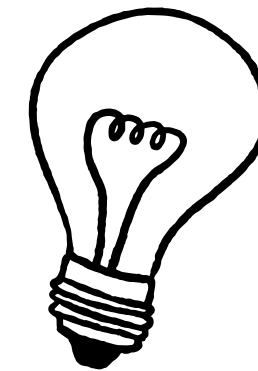
(Publicidad en el Metro, en redes sociales, en emisoras, en ascensores, otros).

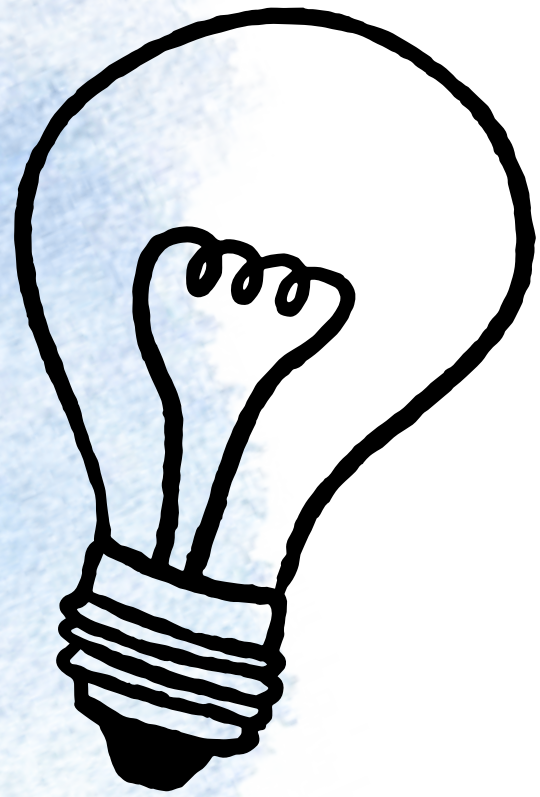
Una campaña por semestre (Junio y Diciembre)

DESAYUNO CON MEDIOS MASIVOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN REGIONAL



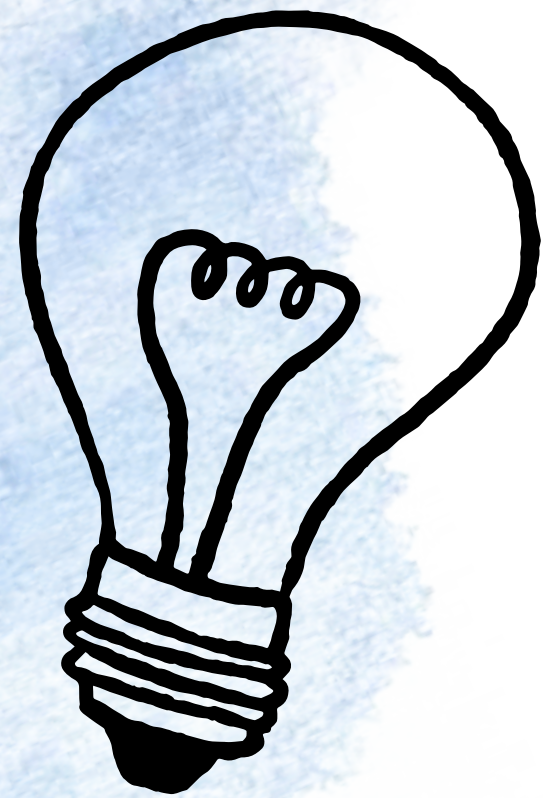
CALL CENTER





Crear, ejecutar y evaluar los planes de comunicaciones y mercadeo establecidos para visibilizar los contratos de la ESE BELLO SALUD

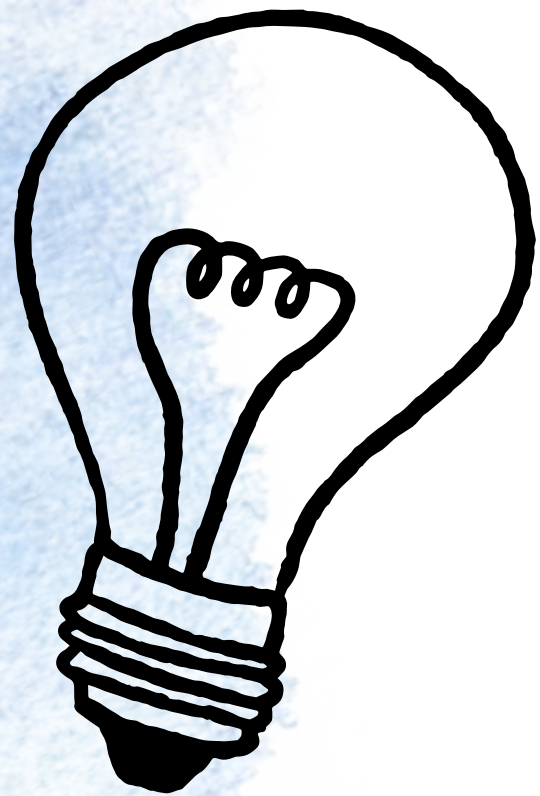
Dirigir, asesorar, apoyar y organizar los diferentes eventos institucionales internos y externos , que apuntan al cumplimiento de los objetivos estratégicos.



PROTOCOLO DE REUNIONES

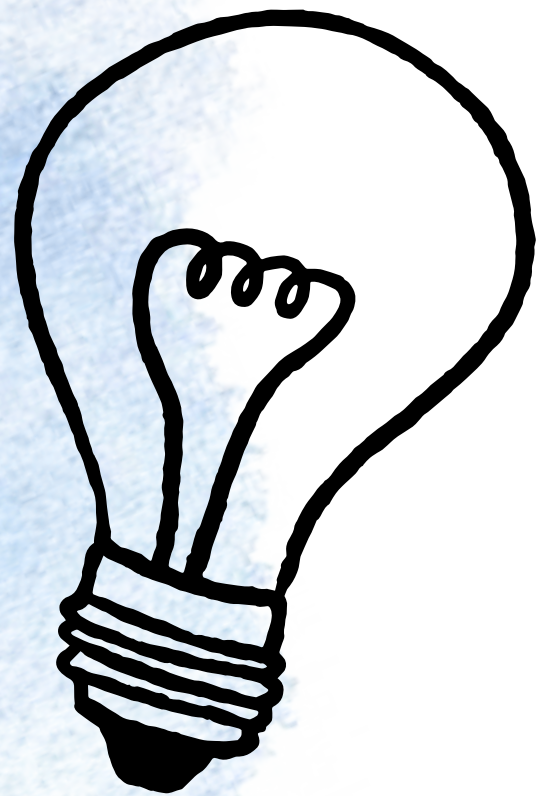
1. Objetivo
2. Considerar la pertinencia de los invitados
3. Esclarecer necesidades audiovisuales y locativas
4. Fundamental dejar claro el tiempo requerido para la reunión y contar con mesa de café
5. Enviar citación vía mail y si se cuenta con canales no oficiales como grupos de whatsapp
6. Si surgen cambios notificarlos a tiempo

Creación de eventos institucionales que permitan el fortalecimiento de la identidad institucional con los diversos públicos de la Institución



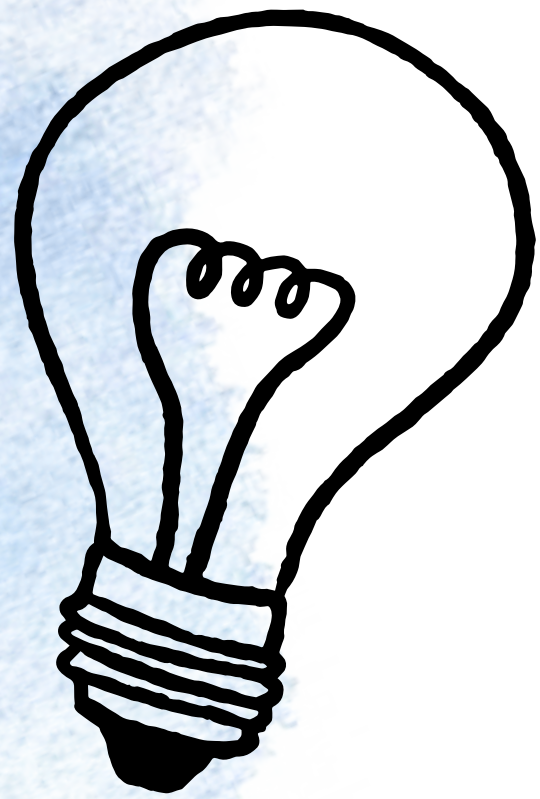
- Aniversario de la ESE BELLO SALUD (anual)
- Reconocimiento al Funcionario que lleve más años en la ESE
- Reconocimiento especial a las empresas aliadas
- Reconocimiento especial a la Alcaldía de Bello en ocasiones especiales
- Celebración de quinquenios (diciembre)
- Orgullo ESE BELLO SALUD (noviembre)

- Se evalúan a través de encuestas de satisfacción.



Implementar la estrategia “Conociendo el talento humano de la ESE BELLO SALUD”, en formato gráfico, con el fin de generar cercanía con los diversos públicos de la IUMAFIS.

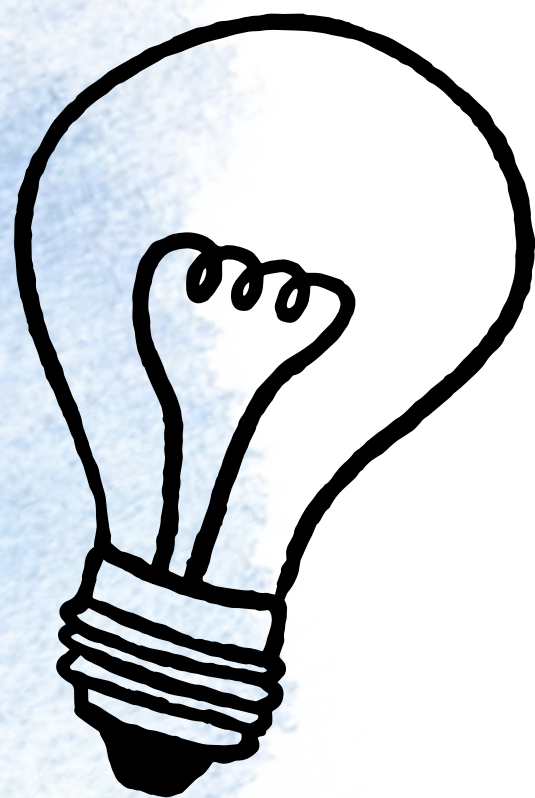
- Estrategia dinámica, información personal y profesional.
- Periodicidad semanal
- Canales: Redes sociales y medios internos



Generar comunicaciones internas y externas que permitan el fortalecimiento de la identidad institucional con los diversos públicos

- Felicitación por logros académicos de Funcionarios
- Funcionario destacado del mes.
- Celebración de fechas especiales (profesiones, cargos y masivas).

Implementación del boletín informativo interno en formato digital y en periodicidad bimensual.



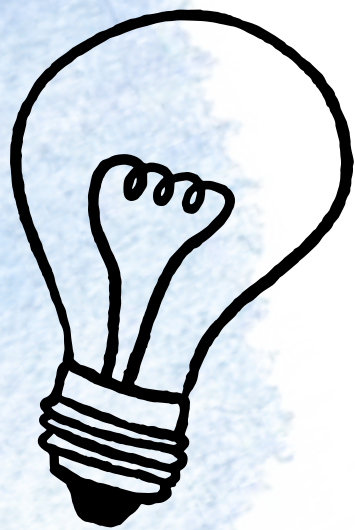
Envío por correo electrónico institucional

Contenido:

- Bienvenida a nuevos funcionarios
- Funcionario del mes,
- Felicitaciones a los cumpleaños de cada mes, próximos eventos internos, hechos noticiosos

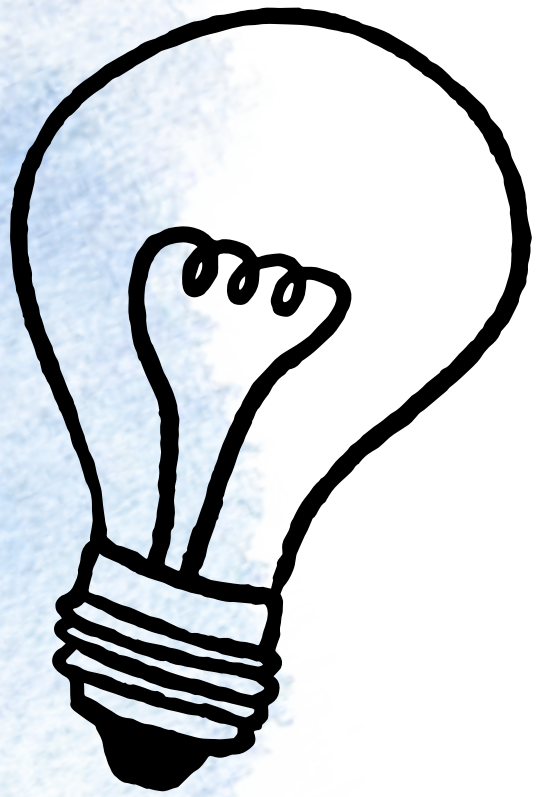
Implementación del boletín informativo externo en formato digital y en periodicidad bimensual.

Envío por correo electrónico institucional, publicación en sitio web y redes sociales.



- Contenido: Noticias sobre proyectos, alianzas, avances, novedades, reconocimientos, logros, casos de éxito, próximos eventos, convocatorias.
- Destacar la historia y el recorrido de los colaboradores y más antiguos de la ESE

Fortalecer los canales de comunicación internos y externos de la ESE BELLO SALUD generando una entrega oportuna de la información.



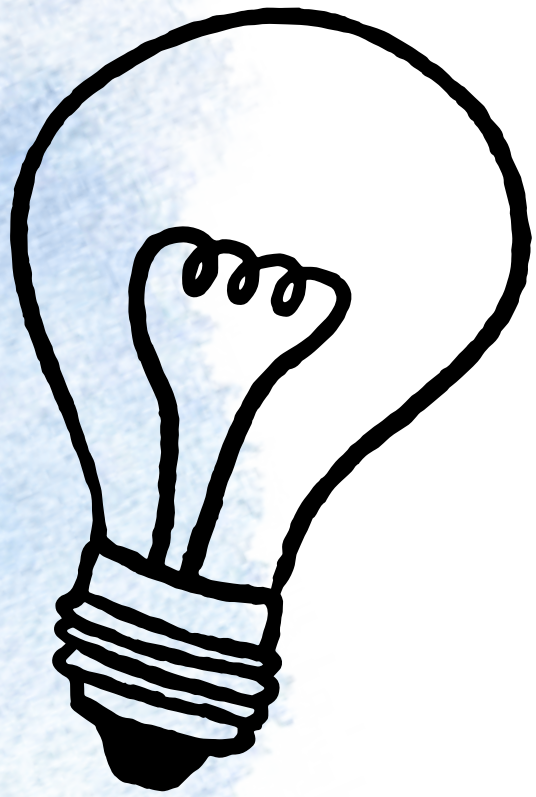
Canales internos:

Correo electrónico institucional
Grupo de WhatsApp

Canales externos:

Sitio web
Facebook
Instagram
Publicidad
Correo electrónico institucional

Creación de campañas institucionales, físicas y digitales, a petición de las diversas áreas de la ESE BELLO SALUD



- PAMEC
- MIPG
- PYP
- VACUNACIÓN
- ODONTOLOGÍA
- FARMACOLOGÍA
- Entre otros

The background features a white central area surrounded by soft, watercolor-style washes of light blue and various shades of green. On the left and right sides, there are clusters of small, teal-colored dots of varying sizes, some with white outlines, creating a bubbly or starburst effect.

**¡MUCHAS
GRACIAS!**