



Plan de Comunicaciones

Hospital Militar Central (HOMIL) 2019

**MAYOR GENERAL MÉDICO CLARA ESPERANZA GALVIS DÍAZ DIRECTORA GENERAL
HOSPITAL MILITAR CENTRAL**

**Código: CA-CORE-PL-01_V1
Fecha de Emisión: 31-Julio-2019**



La seguridad
es de todos

Mindefensa

Transversal 3 No. 49 – 02 Bogotá D.C., Colombia
Conmutador (57 1) 3 486868
www.hospitalmilitar.gov.co

  Hospital Militar Central  @HOSMILC



CÓDIGO: PL-OAPL-PR-04-FT-04_V1

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 2 de 18	

Contenido

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	OBJETIVOS	4
2.1.	Objetivo General Plan de Comunicaciones	4
2.2.	Objetivos Específicos Plan de Comunicaciones	4
3.	ALCANCE	5
4.	GENERALIDADES.....	5
4.1.	Grupos de interés.....	5
4.2.	Definiciones	6
5.	MARCO LEGAL Y NORMATIVO	8
6.	GESTIÓN ESTRATÉGICA.....	12
6.1.	Diagnóstico	12
6.2.	Plan de Comunicaciones	14
7.	RECURSOS ASOCIADOS.....	16
8.	INDICADORES	17
9.	SEGUIMIENTO	18
10.	COMUNICACIÓN Y CONSULTA.....	18
11.	CONTROL DE CAMBIOS	18

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 3 de 18	

1. INTRODUCCIÓN

Para el Hospital Militar Central (HOMIL) es de carácter estratégico, transversal e integrador, desarrollar un Plan de Comunicaciones, que permita seguir aportando en los procesos de visibilización de la gestión institucional, fortalecer la identidad, reputación, imagen corporativa y cultura organizacional a nivel interno y externo y aportar en el logro y cumplimiento de su misionalidad.

En esta medida, la comunicación, se convierte en una herramienta fundamental, dentro de los procesos estratégicos de la institución, permitiendo construir constantemente espacios de conocimiento, reconocimiento, participación e interacción con sus públicos de interés, para mantener una relación cercana y continua con ellos.

El Plan de Comunicaciones del Hospital Militar Central, está fundamentado bajo el desarrollo de herramientas cualitativas y cuantitativas, de las cuales fue desarrollado el plan de acción, con una descripción detallada de estrategias, actividades tácticas, responsables, indicadores, periodicidad y total de productos entre otros aspectos que buscan darle línea a la gestión de las comunicaciones de la institución para la vigencia de 2019.

El documento está dividido en los siguientes capítulos: **Definición de objetivos:** puntualiza cuál será el fin último del plan y los grandes objetivos estratégicos que lo apalancan; **Alcance:** se explican los límites del proyecto; **Generalidades:** describe los aspectos y disposiciones generales del plan; **Marco Legal:** señala la normativa interna y externa que rige el documento; **Gestión Estratégica:** donde se realiza un diagnóstico y se define el plan de comunicaciones; **Recursos Asociados:** se describen los aspectos humanos, tecnológicos, canales internos y externos con los que cuenta la institución; **Indicadores:** se definen los mecanismos y herramientas de medición de los objetivos previamente establecidos; **Seguimiento:** se determinan las áreas de interés involucradas en el proceso de seguimiento del plan de comunicaciones; **Comunicación y consulta:** donde se detalla los documentos disponibles de consulta del proceso de Comunicaciones Interno y Externo.

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 4 de 18	

2. OBJETIVOS

2.1.Objetivo General Plan de Comunicaciones

- Fortalecer la comunicación del Hospital Militar Central como proceso estratégico en el desempeño institucional para el posicionamiento de la entidad como referente de salud, educación e investigación científica.

2.2.Objetivos Específicos Plan de Comunicaciones

- Definir estrategias que permitan el posicionamiento de la entidad a nivel interno y externo para la consolidación de imagen institucional en los públicos de interés.
- Afianzar la comunicación de los usuarios internos y externos para la generación de la comunicación estratégica a través del empoderamiento de los colaboradores.

3. ALCANCE

El Plan de Comunicaciones del Hospital Militar Central se encuentra articulado a la Plataforma Estratégica de la institución y delimitado a través de la construcción de objetivos generales, actividades tácticas, tiempos e indicadores, relacionados con el proceso de gestión y divulgación de información institucional a nivel interno y externo.

4. GENERALIDADES

4.1. Grupos de interés

A continuación en la imagen No. 1, se describen los grupos de interés a tener en cuenta dentro del desarrollo del Plan de Comunicaciones del Hospital Militar Central:

Imagen No. 1 Grupos



Fuente: Elaboración

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 6 de 18	

4.2. Definiciones

Ante la necesidad de manejar terminología y criterios unificados para este plan, se aclaran los siguientes conceptos:

- **Afiche:** Impreso, generalmente de gran tamaño, que se emplea para propaganda o con fines informativos y que se fija en paredes y lugares públicos.
- **Banner:** Formato publicitario para Internet que consiste en una pieza gráfica dentro de una página web o redes sociales.
- **Brief de comunicaciones:** Documento en el que el cliente interno solicita al Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas apoyo en el desarrollo de campañas institucionales.
- **Carteleras digitales:** Pantallas de TV instaladas en el Hospital Militar Central, que funcionan para divulgar información institucional programada.
- **Comunicación interna:** Información que se origina en el ejercicio de la función de la Entidad y se difunden en su interior, con el propósito de crear identificación de los Objetivos, las Estrategias, los Planes, los Programas, los Proyectos y la Gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la Entidad. Esta información va dirigida a los funcionarios, contratistas y prestadores de servicios que son entendidos como “clientes internos de la institución”.
- **Comunicación externa:** Difusión, publicación y transmisión de información ya sean datos, documentos, pautas, imágenes, videos y comunicados oficiales, entre otros, sobre temas referidos a la Entidad y su contexto, dirigida a los usuarios externos, entes de control y ciudadanía en general.
- **Grupos de interés de multiplicación.** Que pueden ayudar a ampliar los mensajes y/o contenidos institucionales.
- **Grupos de interés de decisión.** Que dan lineamientos respecto a políticas y directrices impartidas por el Gobierno Nacional y el cuerpo directivo del Hospital Militar Central, respecto a temas de comunicación.
- **Grupos de interés de influencia.** Que pueden llegar ser influenciados o a cambiar la percepción de otros grupos de interés.
- **Grupos de interés de control.** Que pueden verificar, intervenir y/o revisar las actividades desarrolladas en temas referentes a procesos de comunicación interna y externa de la institución.
- **Intranet:** Red informática que utiliza la tecnología del Protocolo de Internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación dentro de una organización. La

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 7 de 18	

información que en ella reside tiene como objetivo asistir a los trabajadores en la generación de valor para la empresa.

- **Matriz de publicaciones página web e intranet:** Documento de seguimiento y registro donde se incluyen datos de publicación como el link, la solicitud y el nombre de quien hace la solicitud
- **Página Web:** Documento electrónico interactivo con la capacidad de contener texto, sonido, video, aplicaciones, programas, enlaces e imágenes, adaptado para la red o la World Wide Web (WWW.)
- **Redes Sociales:** Sitios de Internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información. (Facebook, Twitter, Flickr y YouTube).

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 8 de 18	

5. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

En la Tabla 1, se define la normatividad que establece la creación, funcionamiento y establecimiento del Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas en el Hospital Militar Central y otros marcos normativos que contribuyen a la construcción del Plan de Comunicaciones:

Tabla 1. Marco Legal

Tipo	Alcance
Resolución 084 del 7 de febrero de 2018	Actualización de grupos internos de trabajo adscritos del Hospital Militar Central, Art. 4 / 4.1. Funciones específicas del área de Comunicaciones y Relaciones Públicas: - Elaborar el plan de comunicaciones interno y externo del Hospital Militar Central y coordinar con los responsables el desarrollo y cumplimiento del mismo. - Realizar las publicaciones en la intranet y en la página web del Hospital Militar Central dando cumplimiento a la normatividad legal vigente, (Gobierno Digital). - Definir, administrar y coordinar el manejo de medios y los soportes para que la comunicación pueda fluir de forma adecuada con las audiencias. - Detectar y analizar los escenarios internos, externos para clasificar las audiencias en orden de su importancia, para mantener el contacto con las mismas. - Fortalecer la identidad institucional aplicando herramientas, que promuevan la comunicación en el ámbito de la salud con los públicos objetivos que involucre el aprovechamiento de los medios con los que cuenta la Entidad. Ejercer las demás funciones que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de la dependencia.
Decreto 2482 de 2012	Determina la adopción de Políticas de Desarrollo Administrativo, que contengan, entre otros, los aspectos de que trata el artículo 17 de la Ley 489 de 1998: a.) Gestión misional y de Gobierno: Orientada al logro de las metas establecidas, para el cumplimiento de su misión y de las prioridades que el Gobierno defina. Incluye, entre otros, para las entidades de la Rama ejecutiva del orden nacional, los indicadores y metas de Gobierno que se registran en el Sistema de Seguimiento a Metas de Gobierno, administrado por el Departamento Nacional de Planeación. b) Transparencia, participación y servicio al ciudadano: Orientada a acercar el Estado al ciudadano y hacer visible la gestión pública. Permite la participación activa de la ciudadanía en la toma de decisiones y su acceso a la información, a los trámites y servicios, para una atención oportuna y efectiva. Incluye entre otros, el Plan Decreto número. Continuación del Decreto "Por el cual se establecen los lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión" Anticorrupción y de Atención al Ciudadano y los requerimientos asociados a la participación ciudadana, rendición de cuentas y servicio al ciudadano. c) Gestión del talento humano: Orientada al desarrollo y cualificación de los servidores públicos buscando la observancia del principio de mérito para la provisión de los empleos, el desarrollo de competencias, vocación del servicio, la aplicación de estímulos y una gerencia pública enfocada a la consecución de resultados. Incluye, entre otros el Plan Institucional de Capacitación, el Plan de Bienestar e Incentivos, los temas relacionados con Clima Organizacional y el Plan Anual de Vacantes. d) Eficiencia administrativa: Orientada a identificar, racionalizar, simplificar y automatizar trámites, procesos, procedimientos y servicios, así como optimizar el uso de recursos, con el propósito de contar con organizaciones modernas, innovadoras, flexibles y abiertas al entorno, con capacidad de transformarse, adaptarse y responder en forma ágil y oportuna a las demandas y necesidades de la

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 9 de 18	

Tipo	Alcance
	comunidad, para el logro de los objetivos del Estado. Incluye, entre otros, los temas relacionados con gestión de calidad, eficiencia administrativa y cero papel, racionalización de trámites, modernización institucional, gestión de tecnologías de información y gestión documental. e) Gestión financiera: Orientada a programar, controlar y registrar las operaciones financieras, de acuerdo con los recursos disponibles de la entidad. Integra las actividades relacionadas con la adquisición de bienes y servicios, la gestión de proyectos de inversión y la programación y ejecución del presupuesto. Incluye, entre otros, el Programa Anual Mensualizado de Caja - PAC, programación y ejecución presupuestal, formulación y seguimiento a proyectos de inversión y el Plan Anual de Adquisiciones. Parágrafo 1: Para el desarrollo de las políticas se deberá tener en cuenta la Estrategia de Gobierno en Línea que formula el Ministerio de Tecnologías de Información y Comunicaciones. Parágrafo 2: El Gobierno Nacional, a través del Departamento Administrativo de la Función Pública, podrá modificar o adicionar las Políticas de Desarrollo Administrativo, en coordinación con las demás entidades competentes en las distintas materias.
Ley 1712 de 2014	Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y tiene como regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información. Específicamente en el Artículo 3 de la mencionada Ley que establece otros principios de la transparencia y acceso a la información pública, y menciona el Principio de la calidad de la información: "Toda la información de interés público que sea producida, gestionada y difundida por el sujeto obligado, deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable, procesable y estar disponible en formatos accesibles para los solicitantes e interesados en ella, teniendo en cuenta los procedimientos de gestión documental de la respectiva entidad", y el Principio de la divulgación proactiva de la información, es decir "el derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que conlleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible, atendiendo a límites razonables del talento humano y recursos físicos y financieros".
Política de Defensa y Seguridad PDS - 2019	La Política de Defensa y Seguridad PDS en su numeral 6.2.7 Comunicación estratégica define los lineamientos a tener en cuenta para los procesos de comunicación de las entidad adscritas y del Grupo Social y Empresarial de la Defensa – GSED: La comunicación estratégica es un componente transversal para el logro de los objetivos y en el desarrollo de cada una de las líneas de acción que se definen en esta Política, es decisiva para fortalecer su ejecución, lograr los objetivos militares y policiales, apoyar el mantenimiento de la seguridad ciudadana y la transición hacia un control institucional del territorio. Para tal efecto, se emprenderán las siguientes iniciativas estratégicas: Comunicación para la legalidad. La comunicación estratégica de la Política de Defensa y Seguridad tendrá una marcada vocación pedagógica orientada a dotar de legitimidad a las acciones de las Fuerzas Militares y la Policía Nacional y transmitirles a las nuevas generaciones que la violencia y el crimen son inadmisibles como medio de acción político. Los medios de comunicación de que disponen las Fuerzas Militares y la Policía Nacional son instrumentos muy importantes en la construcción de cultura de la legalidad y de valores democráticos.

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 10 de 18	

Tipo	Alcance
	Un solo mensaje de Gobierno. El Gobierno Nacional tiene un solo mensaje en materia de seguridad y defensa. Los mensajes que se emitan desde las diferentes instancias del Ministerio de Defensa Nacional, de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional estarán articulados y serán consecuentes con la estrategia de comunicación general del Gobierno, esta Política y los lineamientos establecidos por el Presidente de la República. Voceros. El vocero del sector es quien ocupe el Ministerio de Defensa Nacional. En el marco de la estrategia de comunicación y para cuestiones de índole operacional, el Ministerio de Defensa Nacional definirá quiénes en las Fuerzas Militares y la Policía Nacional podrán asumir la portavocía, en qué materias y bajo qué condiciones. Comunicación directa con los ciudadanos. La interacción entre el soldado y el policía con el ciudadano es la mejor oportunidad de comunicación que crea confianza, fortalece la legitimidad institucional y es fundamental para la ejecución exitosa de esta política. Las Fuerzas Militares y la Policía Nacional implementarán mecanismos de comunicación colectiva y optimizarán el uso de redes sociales para desarrollar esquemas de información que involucren directamente a las comunidades en el manejo de sus necesidades, intereses y expectativas. Apoyados en el desarrollo de las nuevas tecnologías, dispondrán de canales de comunicación que permitan la interacción con la ciudadanía y con los soldados y policías. Comunicación transparente. Los funcionarios del sector defensa y seguridad estarán comprometidos con ofrecer a la ciudadanía información amplia, suficiente y veraz, que permita conocer en detalle los acontecimientos, identificar las amenazas y niveles de riesgo en que se encuentran y participar en la detección de noticias falsas e intentos de manipulación por parte de actores amenazantes estatales o no estatales. La transparencia en la comunicación es la regla. Comunicación para la integración regional. Los medios de comunicación que tienen las Fuerzas Militares y la Policía Nacional deberán orientarse a la integración de las zonas más alejadas del país y ser un instrumento que contribuya al control institucional del territorio. Austeridad. Los presupuestos en materia de publicidad del sector defensa serán los mínimos y estrictamente necesarios, conforme al propósito de eficiencia del gasto del Gobierno Nacional. La publicidad del sector será regulada por el Ministerio de Defensa Nacional para asegurar los principios de austeridad y transparencia.
Manual de Gobierno Digital (Implementación de la Política de Gobierno Digital) Decreto 1008 de 2018	Establece la implementación de la Política de la Política de Gobierno Digital. (Compilado en el Decreto 1078, Cap 1, título 9, parte 2, Libro 21) la Estrategia de Gobierno en Línea establecida en el Título 9 Capítulo 1, “por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”, y por el cual se establece un “Mapa de ruta, instrumento clave para la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea que contempla acciones y proyectos de mejoramiento para la gestión institucional e interinstitucional con el uso de medios electrónicos, que deberán implementar las entidades públicas de acuerdo a lo señalado en el Manual de Gobierno en línea”.
Decreto 943 de 2014	Modelo Estándar de Control Interno (MECI), en el que se determinan las generalidades y estructura necesaria para establecer, implementar y fortalecer un Sistema de Control Interno en las entidades y organismos obligados a su implementación, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5° de la Ley 87 de 1993, y que en el Artículo 4 del mencionado Decreto determina la implementación del Modelo Actualizado donde tiene en cuenta que las entidades creadas dentro del año anterior a la publicación del presente decreto, implementarán el Modelo Actualizado, de acuerdo cuatro fases y en la primera mencionan la Información y Comunicación, que en su estructura es un “Eje Transversal”, ya que “tiene una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 11 de 18	

Tipo	Alcance
	objetivos. Es un factor determinante, siempre y cuando se involucre a todos los niveles y procesos de la organización”. Y diferencia la Información y Comunicación Externa que “hace referencia a todos los datos que provienen o son generados por el cliente y/o usuario externo”, es decir, es a través de la cual la Entidad establece un contacto directo con “la ciudadanía, los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otros organismos”. Y que es un mecanismo que “garantiza la difusión de información de la Entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés”. Es decir, la Información y Comunicación Externa “debe garantizar que efectivamente la interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza, mediante la definición de políticas de comunicación, participación ciudadana, de comunicación de gestión y resultados y la formulación de parámetros que orienten el manejo de la información”. Mientras que la Información y Comunicación Interna, que es “el conjunto de datos que se originan del ejercicio de la función de la Entidad y se difunden en su interior”, esto con el propósito de crear identificación de los Objetivos, las Estrategias, los Planes, los Programas, los Proyectos y la Gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la Entidad”. La Información y Comunicación Interna, según lo establecido en el MECI, “es importante para fomentar en los servidores un sentido de pertenencia, una cultura organizacional en torno a una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público, contribuyendo al fortalecimiento continuo del clima laboral”.

Fuente: Elaboración propia

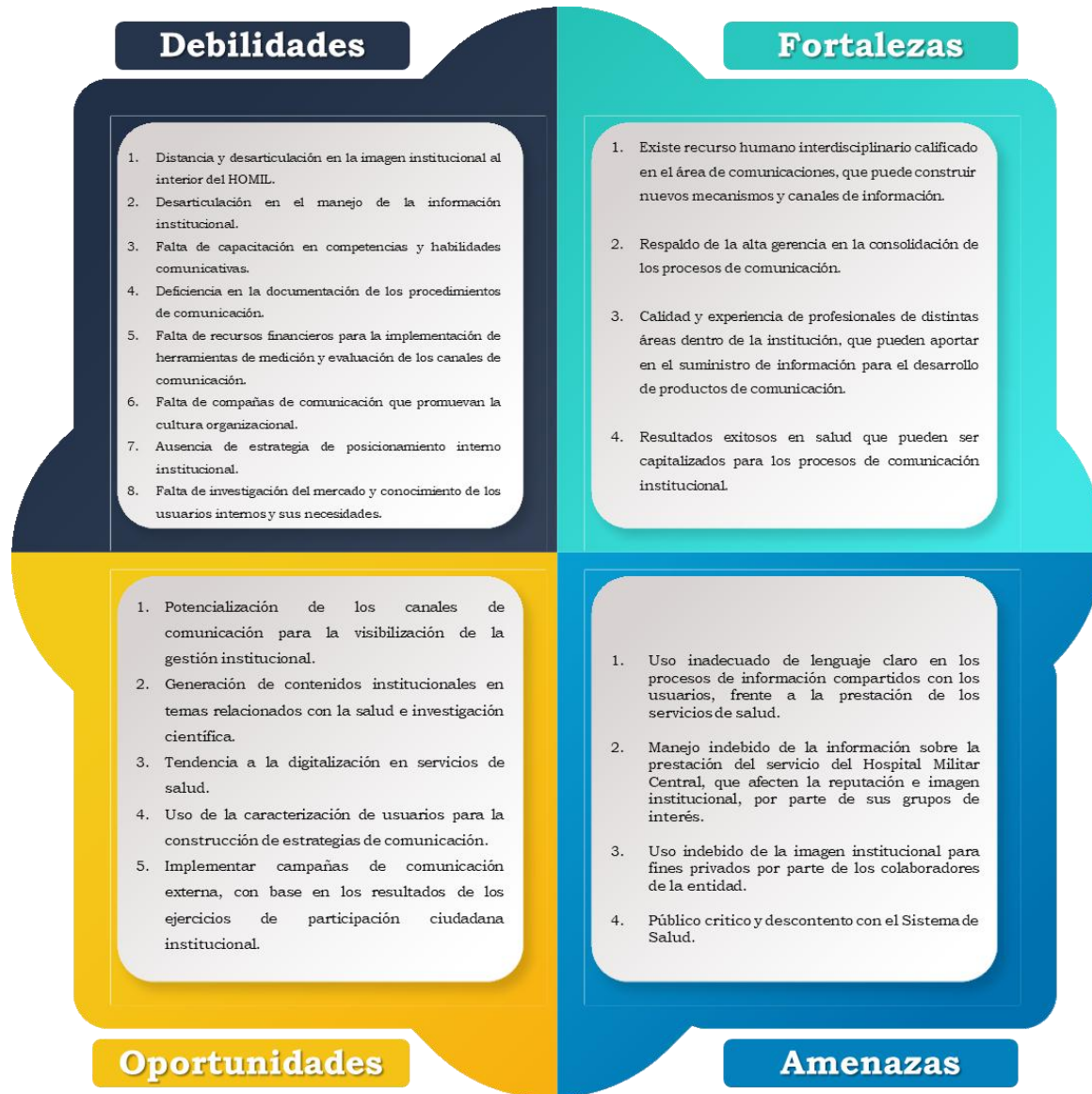
PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 12 de 18	

6. GESTIÓN ESTRATÉGICA

6.1. Diagnóstico

A continuación en la Imagen No. 2, se presenta la matriz DOFA como medio de diagnóstico para la definición de las actividades del plan de comunicaciones.

Imagen No. 2 DOFA



Fuente: Elaboración propia

El Plan de Comunicaciones establece los lineamientos, estrategias, recursos, actividades y responsables necesarios para desarrollar y afianzar la comunicación institucional. Este plan está alineado con el contexto interno y externo de la entidad, a partir de los resultados del diagnóstico presentado anteriormente.

A continuación se presentan los ejes temáticos del respectivo plan para la vigencia 2019:

Imagen No. 3 Ejes temáticos



Fuente: Elaboración propia

- **Mensaje Institucional:** Palabras o frases claves que define la institución para ser divulgadas en campañas, medios y demás espacios institucionales a nivel interno y externo, con el que se espera recordación por parte de los grupos de interés.
- **Gestión Institucional:** Resultados de las actividades misionales desarrolladas durante un periodo de tiempo por la institución.
- **Habilidad Comunicacional:** Conjunto de procesos lingüísticos que sirven para participar con eficiencia y destreza, en todas las esferas de la comunicación y que ayudan en procesos de participación e interacción en grupos sociales.
- **Estructuración de lineamientos de comunicación:** Documentos guía que sirven para establecer los lineamientos en procesos y procedimientos de comunicación de la institución.

6.2. Plan de Comunicaciones

A continuación se describen las actividades a desarrollar teniendo en cuenta los ejes temáticos referenciados

Tabla 4. Plan de comunicaciones

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	EJES TEMÁTICOS	ACTIVIDAD	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	RESPONSABLE
Fortalecer la comunicación del Hospital Militar Central como proceso estratégico en el desempeño institucional para el posicionamiento de la entidad como referente de salud, educación e investigación científica.	Definir actividades que permitan el posicionamiento de la entidad a nivel interno y externo para la consolidación de imagen institucional en los públicos de interés	Mensaje institucional	Realizar actividades mediáticas que permitan seguir consolidando a la entidad, como referente en salud, docencia e investigación científica**.							CORE
			Elaborar un documento guía con mensajes institucional, preguntas y respuestas frecuentes, que apoyen la participación de los voceros en su gestión de medios*.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
			Realizar micro campañas de comunicación interna que ayuden a promover la cultura organizacional institucional*.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
		Gestión institucional	Diseñar campañas de comunicación relacionadas con temas referentes a: salud, docencia e investigación científica y mecanismos por los cuales los usuarios pueden realizar trámites y/o servicios con participación de los colaboradores de la institución**.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
			Crear un Noticiero Institucional, que involucre la participación de los diferentes grupos de interés, con el objetivo de informar clara y oportunamente la gestión del HOMIL**.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
			Construir un boletín institucional que permita mantener informados a los colaboradores sobre las actividades del HOMIL*.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
			Mantener actualizada la página web de acuerdo al direccionamiento del							CORE SSAA - SUMD -

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 15 de 18	

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	EJES TEMÁTICOS	ACTIVIDAD	JUL	AGOS	SEPT	OCT	NOV	DIC	RESPONSABLE
			Gobierno Nacional (Resolución 3564/15 de MINTIC y Ley 1712/14) y la intranet institucional**.							SDIC - SUFI - OAP
	Afianzar la comunicación de los usuarios internos y externos para la generación de la comunicación estratégica a través de desarrollo de lineamientos de comunicación y del empoderamiento de los colaboradores.	Habilidad comunicacional	Realizar una capacitación para el desarrollo de competencias y habilidades comunicativas dirigida al personal del Hospital Militar Central*.							CORE
			Informar a los colaboradores periódicamente sobre los canales de comunicación existentes, su finalidad y cómo pueden participar*.							CORE
		Estructuración de lineamientos de comunicación	Construir, oficializar e implementar el Manual de Imagen institucional del Hospital Militar Central*.							CORE
			Actualizar y divulgar los procesos de comunicación interna y externa del Hospital Militar Central*.							CORE
			Elaborar la Política de Comunicación del Hospital Militar Central 2019-2022 articulada con los lineamientos del Ministerio de Defensa Nacional y el Gobierno Nacional*.							CORE SSAA - SUMD - SDIC - SUFI - OAP
			Rediseñar, divulgar y mantener actualizado el Portafolio de trámites y servicios del Hospital Militar Central a través de los canales de comunicación institucionales**.							CORE

*Comunicación Interna

**Comunicación Externa

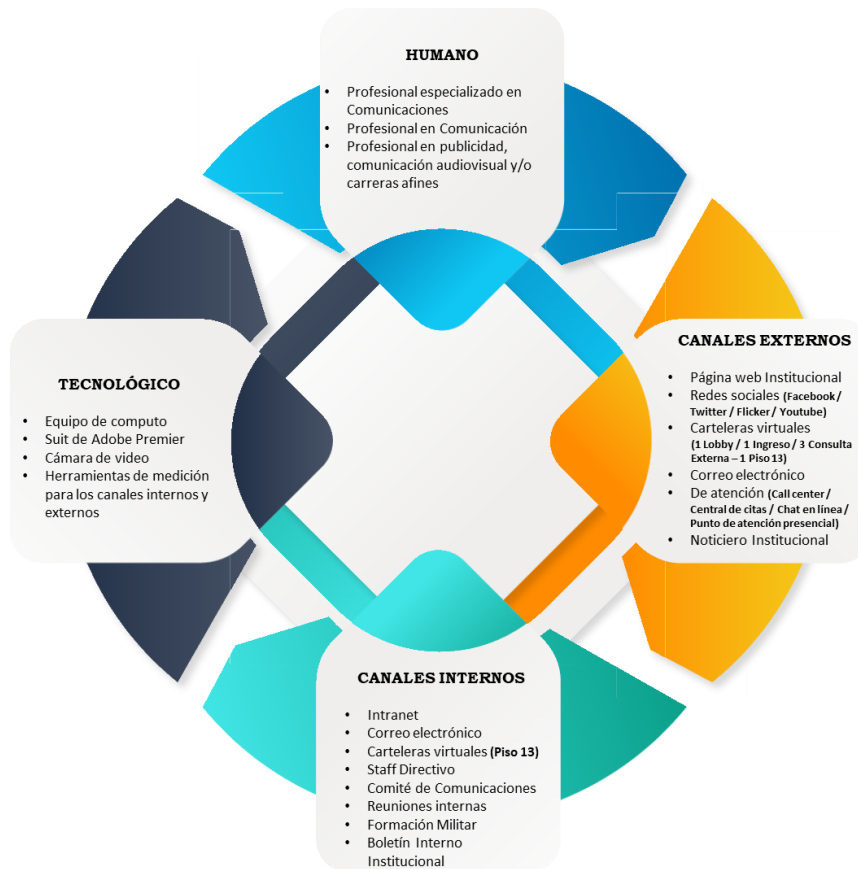
Fuente: Elaboración propia

Así mismo, se evidencia que la debilidad No. 5 Falta de recursos financieros para la implementación de herramientas de medición y evaluación de los canales de comunicación, la debilidad No. 8 Falta de investigación del mercado y conocimiento de los usuarios internos y sus necesidades y la amenaza No. 2 Manejo indebido de la información sobre la prestación del servicio del Hospital Militar Central, que afecten la reputación e imagen institucional, por parte de grupos de interés y la amenaza N. 4 Público crítico y descontento con el Sistema de Salud, deben ser tomados en cuenta, una vez se obtenga el resultado de las actividades previamente descritas, y sirva como insumo para el mejoramiento del plan de comunicaciones.

7. RECURSOS ASOCIADOS

En la imagen No. 5, se señalan los recursos asociados al Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas – CORE con los que cuenta actualmente el HOMIL, para dar cumplimiento con las actividades planteadas en el Plan de Comunicaciones:

Imagen No. 5 Recursos Asociados



Fuente: Elaboración propia

8. INDICADORES

En la tabla no. 3, se encuentran establecidos los indicadores que permiten medir el cumplimiento de los objetivos descritos en dicho plan; siendo estos específicos, medibles, alcanzables, relevantes y definidos en un período de tiempo:

Tabla 2. Indicadores Plan de Comunicaciones

OBJETIVO ESPECIFICO	Eje temático	Indicador	META	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	FUENTE DE INFORMACIÓN
Definir estrategias que permitan el posicionamiento de la entidad a nivel interno y externo para la consolidación de imagen institucional en los públicos de interés	Mensaje institucional	Número de personas que califican de manera satisfactoria (superior a 4) el posicionamiento del mensaje institucional/ Total personas participantes en los grupos focales	70%	Semestral	Registros de los grupos focales
	Gestión institucional	Porcentaje de avance en el autodiagnóstico de la política de comunicaciones del MIPG realizado en el periodo / Porcentaje de autoevaluación del MIPG de la política de comunicaciones realizado en la vigencia anterior	84%	Semestral	Encuestas Correo Institucional Intranet
Afianzar la comunicación de los usuarios internos y externos para la generación de la comunicación estratégica a través del empoderamiento de los colaboradores.	Habilidad comunicacional	Numero de colaboradores con evaluación de comunicación con calificación superior a 4/ Total de colaboradores evaluados en las actividades de fortalecimiento de habilidad comunicacional	90%	Trimestral	Evaluaciones
	Estructuración de lineamientos de comunicación	Numero de documentos del proceso actualizados/Total de documentos programados para actualizar *100	100%	Trimestral	Publicaciones en la intranet

Fuente: Elaboración propia

PLAN	COMUNICACIONES	CÓDIGO	CA-CORE-PL-01	VERSIÓN	01
		Página:		Página 18 de 18	

9. SEGUIMIENTO

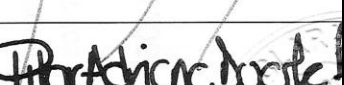
- La revisión, seguimiento y definición de las estrategias e indicadores para cumplir con el Plan de Comunicaciones del Hospital Militar Central, cuya responsabilidad se encuentra a cargo del Área de Comunicaciones y Relaciones Públicas de la institución.
- El seguimiento al plan de trabajo vigencia 2019 del Plan de Comunicaciones, está a cargo de la Oficina de Control Interno.

10. COMUNICACIÓN Y CONSULTA

- Procedimiento de comunicación interna y externa.
- Plan de Comunicaciones.
- Matriz de publicaciones de contenidos.
- Informativos en canales internos y externos de la entidad.

11. CONTROL DE CAMBIOS

CONTROL DE CAMBIOS				
ACTIVIDADES QUE SUFRIERON CAMBIOS		OBSERVACIONES DEL CAMBIO	MOTIVOS DEL CAMBIO	FECHA DEL CAMBIO
ID	ACTIVIDAD			
--	Primera versión del Documento	No existe cambios teniendo en cuenta que es la primera versión del documento.	N.A.	N.A.

APROBACIÓN				
	NOMBRE	CARGO	FECHA	FIRMA
ELABORÓ	Ledy Katalina Piñeros Gonzáles	OPS-CORE	Julio de 2019	
REVISÓ	CR. Médico Diego Fernando Sierra Suárez	Subdirector de Docencia e Investigación Científica	Julio de 2019	
	Dra. Claudia Maria Arroyave López	Asesora Jurídica Dirección General	Julio de 2019	
	Jorge Felipe Castañeda	OPS-OAPL	Julio de 2019	
APROBÓ	Mayor General Clara Esperanza Galvis Díaz	Directora General de entidad descentralizada adscrita al sector defensa-Hospital Militar Central	Julio de 2019	
PLANEACIÓN – CALIDAD Revisión Metodológica	SMSM. Pilar Adriana Duarte Torres	Servidor Misional de Sanidad Militar - Área Gestión de Calidad	Julio de 2019	