

PLAN DE COMUNICACIÓN

HOSPITAL GENERAL DEL SUR



La percepción de los usuarios del servicio, tanto pacientes como familiares, nos permite mantener los aspectos mejor valorados y mejorar aquellos que consideran que deben ser mejorados.

Somos un Hospital con responsabilidad ante el bienestar de nuestros pacientes.

Choluteca 12 de marzo de 2024

Misión

Brindar servicios de atención médica con calidad y calidez con personal dedicado a salvar vidas.

Visión

Ser un Hospital de fácil acceso, moderno, con tecnología de punta, amigable con el medio Ambiente, confiable y comfortable, que brinde al usuario una experiencia culturalmente aceptable.

Sobre Nosotros

Ser un Hospital de fácil acceso, moderno, con tecnología de punta, amigable con el medio Ambiente, confiable y comfortable, que brinde al usuario una experiencia culturalmente aceptable.

Valores

- ❖ *Solidaridad*
- ❖ *Etica*
- ❖ *Respeto*
- ❖ *Responsabilidad*
- ❖ *Confiabilidad*
- ❖ *Honestidad*



1. Objetivo General:

El objetivo fundamental de este Plan de Comunicación es establecer un marco integral que permita mejorar la calidad y la efectividad de la comunicación tanto interna como externa del Hospital General del Sur. Buscamos fortalecer la reputación institucional, fomentar la confianza en la comunidad y garantizar una comunicación interna fluida entre todos los niveles y departamentos del hospital.

2. Objetivos Específicos:

a. Mejorar la Comunicación Interna: - Facilitar canales de comunicación interna que permitan compartir información de manera rápida y efectiva. - Implementar herramientas tecnológicas que optimicen la colaboración y el intercambio de información entre los distintos departamentos.

b. Fortalecer la imagen institucional del hospital: - Desarrollar estrategias de relaciones públicas que destaquen los logros, avances y servicios excepcionales del hospital. - Establecer protocolos de comunicación para manejar crisis de reputación de manera efectiva.

c. Informar a la Comunidad: - Crear campañas informativas que eduquen a la comunidad sobre los servicios disponibles, programas de prevención y eventos de salud. - Proporcionar información clara y comprensible sobre temas de interés público relacionados con la salud.

d. Aumentar la Confianza del Paciente: - Implementar estrategias de comunicación centradas en el paciente para fomentar la confianza y la transparencia en la atención médica. - Desarrollar materiales informativos sobre procedimientos médicos, políticas y protocolos del hospital dirigidos a los pacientes.

e. Promover la Participación Comunitaria: - Establecer canales de retroalimentación que involucren activamente a la comunidad en la mejora continua de los servicios del hospital. - Incentivar la participación en eventos y programas comunitarios de salud.

f. Optimizar la Comunicación en Emergencias: - Desarrollar protocolos de comunicación específicos para situaciones de emergencia. - Realizar ejercicios periódicos de simulacro y concientización para garantizar una respuesta eficiente durante crisis médicas o desastres.

g. Alinear la Comunicación con los Valores Institucionales: - Garantizar que todos los mensajes y comunicados reflejen los valores, la misión y la visión del Hospital General del Sur. Mantener la coherencia en la comunicación interna y externa para fortalecer la identidad institucional.

Introducción

Este plan integral de comunicación busca fortalecer la reputación del Hospital General del Sur, mejorar la experiencia del paciente y consolidar su posición como referente de atención médica de calidad en la región sur de Honduras. En un entorno hospitalario, la comunicación efectiva desempeña un papel crucial en la prestación de servicios de atención médica de calidad, así como en la construcción y mantenimiento de relaciones sólidas con la comunidad y los colaboradores internos.

La comunicación efectiva desempeña un papel fundamental en el funcionamiento y la reputación de cualquier institución, especialmente en el ámbito hospitalario, donde la información precisa y oportuna puede marcar la diferencia en la calidad de la atención y la percepción de la comunidad. En este contexto, el Hospital General del Sur ha desarrollado un Plan Institucional de Comunicación integral, diseñado para mejorar tanto la interacción interna como externa, fortaleciendo así los lazos con su personal, pacientes y la comunidad en general.

Con un compromiso renovado hacia la excelencia en la comunicación, el hospital reconoce la importancia de mantener informados a todos, desde los profesionales de la salud hasta los pacientes y sus familias, así como la población en general. Este plan abarca una amplia gama de estrategias destinadas a optimizar la transmisión de información, promover la participación activa y construir una sólida comunicación basada en la transparencia y el compromiso.

Ubicado en la ciudad de Choluteca en la región sur de Honduras, el Hospital General del Sur se erige como un pilar crucial en el sistema de atención médica regional. Con una trayectoria marcada por la excelencia clínica y un enfoque centrado en el paciente, la institución se ha comprometido a proporcionar servicios médicos de alta calidad, respaldados por un equipo multidisciplinario de profesionales altamente capacitados.

Este hospital, que abarca diversas especialidades médicas, se destaca no solo por su atención médica avanzada, sino también por su compromiso con la innovación, la investigación y la participación comunitaria. En este contexto, la implementación del Plan Institucional de Comunicación surge como un paso estratégico para consolidar y fortalecer su posición como líder en el campo de la salud.

El plan se forja con una visión clara y objetivos bien definidos, destinados a abordar diversas dimensiones de la comunicación. En primer lugar, busca mejorar la comunicación interna, creando un entorno colaborativo y facilitando la difusión eficiente de información entre los diferentes departamentos y niveles jerárquicos. La plataforma interna de comunicación se presenta como una herramienta clave en este sentido, ofreciendo canales efectivos para compartir actualizaciones, discutir desafíos y fomentar la participación activa del personal.

En términos de comunicación externa, el hospital aspira a fortalecer sus vínculos con la comunidad mediante la implementación de estrategias innovadoras. Desde el desarrollo de materiales informativos para pacientes hasta una presencia dinámica en redes sociales, se busca proporcionar información precisa y accesible que empodere a la comunidad para tomar decisiones informadas sobre su salud. Además, la participación activa en eventos comunitarios y la colaboración con medios de comunicación locales, regionales y nacionales, buscan posicionar al hospital como un recurso confiable y accesible para la comunidad.

El Plan Institucional de Comunicación no se limita a la implementación inicial; se estructura en torno a un enfoque de evaluación continua. La medición del éxito se realizará a través de una



variedad de indicadores, desde la satisfacción del personal y la participación en eventos comunitarios hasta la interacción en redes sociales y la eficacia de la respuesta en situaciones de crisis. Este enfoque proactivo permite ajustes ágiles según las necesidades emergentes, garantizando que el plan evolucione para seguir cumpliendo con los objetivos institucionales.

En resumen, el Plan Institucional de Comunicación del Hospital General del Sur representa un compromiso firme con la mejora constante y la transparencia en la comunicación. A medida que esta iniciativa se despliega, se espera que genere impactos positivos en la eficiencia interna, la percepción de la comunidad y la capacidad del hospital para abordar de manera efectiva los desafíos en el cambiante panorama de la atención médica. Con una base sólida y una visión orientada hacia el futuro, el hospital se embarca en un viaje que no solo fortalecerá sus cimientos comunicativos, sino que también consolidará su posición como un referente en el cuidado de la salud en la región.



Periodo

En el marco de nuestro compromiso continuo con la mejora constante y la excelencia en la prestación de servicios de salud, el Hospital General del Sur presenta su Plan de Comunicación para el periodo 2024 a 2025. Este plan estratégico tiene como objetivo consolidar y fortalecer las prácticas de comunicación interna y externa, así como optimizar la relación con la comunidad a la que servimos.

I. Diagnóstico Situacional:

Antes de diseñar estrategias y acciones específicas, llevaremos a cabo un análisis detallado de la situación actual de comunicación en el hospital. Esto incluirá evaluaciones de la efectividad de los canales de comunicación interna, la percepción de la comunidad sobre nuestros servicios, y la identificación de posibles áreas de mejora.

II. Objetivos para el Periodo:

1. Mejorar la Comunicación Interna:

- Implementar una plataforma de comunicación interna para facilitar la colaboración entre departamentos.
- Realizar sesiones regulares de retroalimentación para evaluar la eficacia de la comunicación interna.

2. Fortalecer la Imagen Institucional:

- Desarrollar campañas de relaciones públicas que destaquen los logros y avances médicos del hospital.
- Establecer indicadores de imagen institucional y llevar a cabo encuestas de percepción para evaluar la imagen del hospital.

3. Potenciar la Comunicación con la Comunidad:

- Crear un calendario de eventos de salud comunitarios y desarrollar campañas informativas.
- Establecer una línea directa de comunicación para recibir comentarios y sugerencias de la comunidad.

4. Optimizar la Experiencia del Paciente:

- Implementar un sistema de información para pacientes que brinde detalles claros sobre procedimientos y servicios.
- Recopilar y analizar la retroalimentación de los pacientes para realizar mejoras específicas.

III. Estrategias y Acciones:

Para cada objetivo, se diseñarán estrategias específicas, detallando las acciones concretas, los responsables y los plazos para su implementación.

IV. Evaluación y Monitoreo:

Se establecerán indicadores clave de rendimiento para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas. Se realizarán evaluaciones regulares y ajustes según sea necesario para garantizar el éxito del plan.

1. Marco Normativo

GUÍA GENERAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL MARCO RECTOR DE CONTROL INTERNO INSTITUCIONAL DE LOS RECURSOS PÚBLICOS (MARCI) EN LAS INSTITUCIONES DEL SECTOR PÚBLICO DE HONDURAS

2. Definición/Glosario

CAPÍTULO VI. 400-00 COMPONENTE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El Componente Información y Comunicación y Supervisión es transversal a todos los componentes, principios y normas de control interno, puesto que todas las acciones y la documentación desarrollada para su implementación, debe ser comunicada dentro y fuera de la organización.

Se entiende por información aquellos datos que se combinan y se resumen con base a su relevancia para cumplir los requisitos de información financiera y no financiera. La comunicación permite que la organización pueda compartir información relevante y de calidad para usuarios internos como externos. La relevancia se refiere a la importancia o utilidad para el análisis y la toma de decisiones.

- Marco Rector de Control Interno Institucional de los Recursos Públicos (MARCI), emitido por el Tribunal Superior de Cuentas y publicado en la Gaceta Oficial número 35,795 del 11 de diciembre 2021.
- El informe del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), Control Interno, 2013.
- El informe del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO), Gestión de Riesgos Corporativos, 2017.
- Norma ISO 31000 de la Organización Internacional de Normalización, 2009.
- Norma ISO 37001 de la Organización Internacional de Normalización, 2016
- Guías para la Implementación del Control Interno Institucional, emitido por la Oficina Nacional de Desarrollo Integral de Control Interno (ONADICI), 2018.

3. Roles y Responsabilidades

PRINCIPIOS COMPONENTE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

El Componente Información y Comunicación tiene los siguientes 3 principios y 7 normas de control interno.

Tabla 7 Componente Información y Comunicación

400-00 COMPONENTE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	
PRINCIPIOS	NORMAS DE CONTROL INTERNO
PCI-TSC/410-00 INFORMACIÓN RELEVANTE Y ACCESIBLE	NCI-TSC/411-00: Identificación de requerimientos de información
	NCI-TSC/412-00: Captar datos internos y externos y transformar en información de calidad
	NCI-TSC/413-00: Archivo Institucional
PCI-TSC/420-00 COMUNICACIÓN INTERNA DE LA INFORMACIÓN	NCI-TSC/421-00: Comunicar la información a todos los niveles de la organización incluyendo líneas de comunicación independientes
	NCI-TSC/422-00: Información interna mínima que se debe comunicar
PCI-TSC/430-00 COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA INFORMACIÓN	NCI-TSC/431-00: Comunicación con la ciudadanía y otras instituciones
	NCI-TSC/432-00: Información externa mínima que se debe comunicar

PCI-TSC/410-00 INFORMACIÓN RELEVANTE Y ACCESIBLE

Los entes públicos deben establecer y mantener un sistema de información y comunicación para obtener, procesar, generar y comunicar de manera eficaz, eficiente y económica, la información financiera, administrativa, de gestión y de cualquier otro tipo, requerida tanto en el desarrollo de sus procesos, transacciones y actividades, como en la operación del proceso de control interno con miras al logro de los objetivos institucionales.

NCI-TSC/411-00 Identificación de requerimientos de información y NCI-TSC/412-00

Captar datos internos y externos y transformar en información de calidad

A. Resumen conceptual

Los requerimientos de información y comunicación deben originarse en las políticas institucionales relativas a la transparencia, uso de la tecnología y la rendición de cuentas que emite y promueve la MAI. A partir de las políticas estos requerimientos se materializan en el diseño e implementación de los procesos y la estructura organizativa de la entidad.

Todo proceso tiene datos de entrada que se originan en políticas y normativas que regulan su funcionamiento, información externa e interna que sirve de insumo para el desarrollo de las actividades y tareas, así como para la toma de decisiones. También tiene salidas, que además de bienes o servicios, finales o intermedios, están conformadas por información para uso interno y externo.

NCI-TSC/411-00 Identificación de requerimientos de información. La MAI, al emitir políticas sobre la información y comunicación, también debe establecer los niveles de responsabilidad sobre la calidad de la información, orientaciones para categorizar los niveles y contenidos, la transparencia, la seguridad, y criterios de privacidad de acuerdo con la Ley.

La capacidad para generar información de calidad comienza con la captación de los datos relevantes. Si se dispone de datos poco precisos o incompletos, la información derivada de dichos datos puede provocar que se adopten decisiones equivocadas, que se efectúen estimaciones erróneas o que se aplique de manera deficiente el criterio de las autoridades. **NCI-TSC/412-00 Captar datos internos y externos y transformar en información de calidad.**

B. Actividades para la implementación, responsables de su aplicación y criterios de difusión

Los sujetos pasivos deben elaborar al menos la siguiente actividad para la implementación de estas NCI-TSC:

No.	Actividades para la implementación	Difusión
85	La MAI, observando las normativas aplicables, emitirá la política de transparencia para la comunicación de la información financiera y no financiera, interna y externa, sin ninguna otra restricción que la que establezcan expresamente las leyes, promoviendo dentro de lo posible el uso de la tecnología para la recopilación de datos, su procesamiento y la elaboración y distribución de informes. Anexo 49: Identificación de requerimientos de información. Captar datos internos y externos y transformar en información de calidad	Interna y externa

NCI-TSC/413-00 Archivo institucional

A. Resumen conceptual

Los entes públicos, sujetos pasivos de la LOTSC, deberán implantar y aplicar políticas y procedimientos de archivo apropiados para la preservación de los documentos e información que deban conservar cumpliendo con lo que dispone la Constitución y las leyes que versan en esta materia; en virtud de su utilidad o por requerimiento técnico, incluyendo los informes y registros contables, administrativos y de gestión con sus fuentes de sustento o soporte; y, permitir el acceso sin restricciones a los archivos al personal del TSC y de la Unidad de Auditoría Interna, en cualquier tiempo y lugar.

B. Actividades para la implementación, responsables de su aplicación y criterios de difusión

Los sujetos pasivos deben elaborar al menos la siguiente actividad para la implementación de esta NCI-TSC:

No.	Actividades para la implementación	Difusión
86	El Directivo responsable del Área Administrativa y con la participación de las áreas que correspondan, observando las normativas aplicables, elaborará un proceso para la gestión del archivo de la entidad, que incluye los documentos que contienen información interna y externa, asegurando su disponibilidad oportuna, así como, su seguridad y conservación. Estos archivos, dentro de lo posible, deberán utilizar tecnología y contar con respaldos apropiados a fin de que estén disponibles para que los organismos de regulación y control realicen sus verificaciones en línea.	Interna y externa

4. Tipos de Comunicaciones

4.1 PCI-TSC/420-00 COMUNICACIÓN INTERNA DE LA INFORMACIÓN

La comunicación interna facilita el funcionamiento del control interno compartiendo información a todos los niveles, en sentido ascendente, descendente y transversal en la organización. La MAI, la MAE y los directivos deben comunicar la información internamente para hacer posible que su personal pueda comprender los objetivos de la organización y la importancia de sus responsabilidades de control.

La comunicación interna debe incluir la información generada en la implementación de los todos los componentes, principios y normas de control interno, más los métodos de supervisión continua, autoevaluación y evaluación independientes, así como los resultados que se obtengan de estas acciones.

NCI-TSC/421-00 Comunicar la información a todos los niveles de la organización incluyendo líneas de comunicación independientes

A. Resumen conceptual

Las políticas, la estructura organizativa, los procesos y procedimientos de la entidad deben establecer la forma en que se comunicará la información interna. Además, todos los servidores públicos de la entidad, con la profundidad que cada puesto requiera, debe conocer el contenido del marco conceptual tratado en el Capítulo II de este MARCI y los procesos que deben seguirse para la implementación del control interno a través de todos sus componentes, principios y normas de control interno.

Un buen momento para la comunicación de la información general de la entidad es la fase de inducción de nuevos empleados, pudiendo también considerarse una fase de reinducción para empleados antiguos, a fin de facilitar su actualización.

La estructura orgánica, los procesos y otras normativas de la entidad, deben establecer mecanismos de comunicación formal entre la MAI y la MAE, así como de todos los niveles de la entidad, para asegurar la periodicidad y contenidos de la información y comunicación, sin descartar comunicaciones más ágiles y a veces informales, cuando las circunstancias lo ameriten. La MAI debe demostrar que tiene el compromiso de atender la información confidencial, y la más efectiva demostración es tomar acciones correctivas oportunas de los hechos puestos en su conocimiento, con el grado de difusión que corresponda.

B. Actividades para la implementación, responsables de su aplicación y criterios de difusión

Los sujetos pasivos deben elaborar al menos la siguiente actividad para la implementación de esta NCI-TSC:

No.	Actividades para la implementación	Difusión
87	El Directivo responsable del Área de Comunicación institucional, observando las normativas aplicables, y sobre la base de la política emitida por la MAI, elaborará un plan de comunicación con las estrategias y actividades que permitan el fácil acceso a la información por parte de todos los servidores públicos de la entidad y de los usuarios externos tales como la ciudadanía y otras entidades públicas. Los informes de ejecución del plan serán comunicados con la periodicidad (mensual, trimestral, semestral u otros períodos) a la MAE.	Interna y externa

4.2 NCI-TSC/422-00 Información interna mínima que se debe comunicar

a. Resumen conceptual

La comunicación interna, debidamente actualizada, se realizará utilizando los medios más eficientes, eficaces y económicos, tales como: reuniones de trabajo, conferencias, talleres, portales web, correos electrónicos, afiches, encuestas, videoconferencias, capacitaciones virtuales, y otros que sean aplicables a cada entidad de acuerdo con su estructura y recursos.

b. Actividades para la implementación, responsables de su aplicación y criterios de difusión

Los sujetos pasivos deben elaborar al menos la siguiente actividad para la implementación de esta NCI-TSC:

No.	Actividades para la implementación	Difusión
88	El Directivo responsable del Área de Comunicación institucional, observando las normativas aplicables, y tomando como antecedente el plan de comunicación aprobado por la MAE, pondrá a disposición de todos los servidores públicos de la entidad la información que se genera o utiliza internamente. Anexo 50: Lista de verificación de la información interna mínima	Interna

4.3 PCI-TSC/430-00 COMUNICACIÓN EXTERNA DE LA INFORMACIÓN

La comunicación externa permite que la entidad obtenga y comparta información entre la organización y partes externas, entre las que se destaca la comunicación a la ciudadanía y organismos públicos y privados relacionados.

La comunicación externa de las instituciones públicas está regulada por las disposiciones legales y otras normativas relacionadas con la transparencia y el acceso a la información pública, por otras normativas nacionales e internacionales aplicables y por las políticas institucionales sobre información y comunicación.

La comunicación externa debe permitir que la MAI ponga a disposición de la ciudadanía, de sus autoridades nominadoras y de las organizaciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, con competencias para conocer información relevante sobre el cumplimiento

de sus atribuciones, el logro de los objetivos, el uso de los recursos y otros resultados de la gestión institucional.

La información externa se debe comunicar a través de canales abiertos y sin más restricción que la establecida por la Ley, para que transmita un mensaje del compromiso con la transparencia de las autoridades y directivos.

NCI-TSC/431-00 Comunicación con la ciudadanía y otras instituciones y NCITSC/432-00 Información externa mínima que se debe comunicar

A. Resumen conceptual

Los criterios de calidad desarrollados en la norma de control interno 412-00 Captar datos internos y externos y transformar en información de calidad, aplican totalmente para la comunicación de la información externa, que, para este MARCI, es considerada como información pública.

Se debe destacar que el incumplimiento de las normativas para la comunicación de la información pública puede ocasionar sanciones, además de afectar la imagen institucional. Por esta razón, y principalmente por la obligación que tiene todo servidor público de transparentar su gestión, la MAI, con la participación de la MAE y los directivos, deben establecer procedimientos para publicar la información externa relevante para conocimiento de la ciudadanía y de otros organismos públicos y privados, en la forma y periodicidad establecidas en sus requerimientos y las disposiciones aplicables.

Respecto de los servicios que prestan las instituciones, es necesario que se informe a la ciudadanía sobre la forma de acceder, por los medios más fáciles de comunicación existentes, y evitando trámites presenciales engorrosos, que generalmente son medios para la corrupción y ocasionan deterioro de la imagen de las instituciones públicas.

Los servicios en línea, para obtener turnos, acceder a los servicios públicos, conocer valores a pagar, el estado de los procesos, entre otros, deben ser impulsados por las MAI. La frase repetida por muchos años de “crea dificultades para vender facilidades” se debe eliminar en los servicios públicos, y el medio, es la simplificación de los procesos mediante la automatización de los servicios y la asesoría institucional oportuna a los usuarios.

Los medios más utilizados para la comunicación de la información externa son: el portal web, el correo electrónico, tutoriales, redes sociales, y otros medios que deben aplicarse de acuerdo con las características de los usuarios, incluido la zona geográfica, el idioma, los medios de comunicación y otros aspectos sociales. NCI-TSC/431-00 Comunicación con la ciudadanía y otras instituciones.

La MAI, la MAE y los directivos deben procurar que los sistemas de información de la entidad se integren con sistemas de otras instituciones con las que tiene vinculación por sus operaciones, para coordinar las actividades, y facilitar las actividades de control en línea de los auditores externos y de los organismos reguladores. NCI/TSC/432-00 Información externa mínima que se debe comunicar.

B. Actividades para la implementación, responsables de su aplicación y criterios de difusión

Los sujetos pasivos deben elaborar al menos las siguientes actividades para la implementación de estas NCI-TSC:

No.	Actividades para la implementación	Difusión
89	El Directivo responsable del Área de Comunicación institucional, observando las normativas aplicables, la política institucional de transparencia y tomando como antecedente el plan de comunicación aprobado por la MAE, pondrá a disposición de la ciudadanía, de otras entidades públicas, y de otros usuarios externos, la información mínima que consta en el anexo 51. Anexo 51: Lista de verificación de la información externa mínima	Interna y externa

Plan Institucional de Comunicación del Hospital General del Sur

Objetivo General:

Mejorar la comunicación interna y externa del Hospital General del Sur para fortalecer la relación con los pacientes, el personal médico y la comunidad.

Objetivos Específicos:

1. Mejorar la información y la educación de los pacientes.
2. Fortalecer la colaboración y la comunicación interna entre el personal médico y administrativo.
3. Aumentar la visibilidad y la participación del hospital en la comunidad.

Estrategias y Acciones:

Comunicación Interna:

Objetivo	Estrategia	Acciones
Mejorar la colaboración entre departamentos	Implementar una plataforma de comunicación interna	Establecer canales de comunicación en línea. Facilitar foros y grupos de discusión.
Fortalecer la comunicación con el personal médico	Programar reuniones regulares	Reuniones mensuales para discutir novedades y desafíos. Implementar un boletín interno.

Comunicación Externa:

Objetivo	Estrategia	Acciones
Mejorar la información para los pacientes	Desarrollar materiales informativos	Crear folletos y documentos explicativos. Publicar información en el sitio web.
Fortalecer la presencia en redes sociales (Facebook, X, Instagram, fans page)	Crear y gestionar perfiles en redes sociales	Compartir noticias, consejos de salud y eventos. Responder preguntas y comentarios de la comunidad.
Establecer relaciones con medios de comunicación locales y nacionales	Designar un portavoz oficial	Coordinar entrevistas y conferencias de prensa. Mantener actualizada una lista de contactos de medios.

Comunicación de Crisis:

Objetivo	Estrategia	Acciones
Establecer un protocolo de comunicación de crisis	Crear un equipo de respuesta	Identificar roles y responsabilidades. Establecer líneas de comunicación interna y externa en situaciones de crisis.
Proporcionar información oportuna y precisa	Mantener canales de comunicación abiertos	Actualizar regularmente a empleados, pacientes y comunidad. Utilizar redes sociales y el sitio web para transmitir información.

Evaluación y Medición de Resultados:

Indicadores	Herramientas de medición
Nivel de satisfacción del personal	Encuestas internas semestrales y anuales
Participación en eventos comunitarios	Registro de eventos y análisis de participación
Interacciones en redes sociales	Estadísticas de redes sociales
Opiniones de los pacientes	Encuestas de satisfacción del paciente

Cronograma de actividades para implementar el Plan Institucional de Comunicación del Hospital General del Sur

Trimestre 1:

1. Mes 1: Preparación y Lanzamiento Inicial

- Identificación y formación del equipo de comunicación.
- Revisión y ajuste del plan de comunicación.
- Desarrollo de materiales iniciales (boletines internos, folletos informativos etc.).
- Lanzamiento interno del plan de comunicación.

2. Mes 2-3: Mejora de la Comunicación Interna

- Implementación de la plataforma de comunicación interna.
- Reuniones mensuales para discutir novedades y desafíos.

Trimestre 2:

3. Mes 4-6: Fortalecimiento de la Comunicación Externa

- Desarrollo de materiales informativos para pacientes.
- Creación y gestión de perfiles en redes sociales. (Facebook, X, Instagram fans page.)
- Coordinación de entrevistas y conferencias de prensa con medios locales.
- Actualización del sitio web con información relevante.

Trimestre 3:

4. Mes 7-9: Participación en la Comunidad y Eventos

- Identificación de eventos comunitarios relevantes.
- Participación activa en ferias de salud y otros eventos.
- Publicación regular de contenido en redes sociales. (Facebook, X, Instagram fans page.).
- Implementación de encuestas internas de satisfacción del personal.

Trimestre 4:

5. Mes 10-12: Comunicación de Crisis y Evaluación

- Establecimiento del protocolo de comunicación de crisis.
- Realización de simulacros de comunicación de crisis.
- Evaluación del nivel de satisfacción del personal mediante encuestas.
- Revisión y ajuste del plan en función de los resultados obtenidos.

Actividades Continuas a lo largo del Año:

- **Monitoreo de Redes Sociales:**
 - Respuesta activa a comentarios y preguntas en plataformas sociales.
 - Publicación regular de noticias y consejos de salud.
- **Actualización del Sitio Web:**
 - Mantenimiento del sitio web con información actualizada.
 - Publicación de artículos informativos y noticias relevantes.
- **Boletín Interno:**
 - Distribución regular del boletín interno con actualizaciones y reconocimientos.

Este cronograma es flexible y puede ajustarse según las necesidades y circunstancias específicas del Hospital General del Sur. Es importante revisar y actualizar regularmente el plan y el cronograma para asegurar la efectividad de las estrategias de comunicación a lo largo del tiempo.

Estrategias, Acciones y Metas para el seguimiento del Plan Institucional de Comunicación del Hospital General del Sur

A lo largo de este plan, se detallarán estrategias específicas y acciones concretas y metas para alcanzar los objetivos propuestos. La participación activa de todos los departamentos y niveles jerárquicos será fundamental para el éxito de esta iniciativa.

1. Mejora de la Comunicación Interna:

- Estrategia: Implementar una plataforma de comunicación interna.
- Acciones: Establecer canales en línea, facilitar foros y grupos de discusión.
- Metas: Incrementar la colaboración entre departamentos y fortalecer la comunicación interna.

2. Fortalecimiento de la Comunicación Externa:

- Estrategia: Desarrollar materiales informativos y gestionar perfiles en redes sociales.
- Acciones: Crear folletos, mantener el sitio web actualizado, participar en redes sociales.
- Metas: Mejorar la información para pacientes, aumentar la visibilidad en la comunidad.

3. Participación Activa en la Comunidad:

- Estrategia: Identificar y participar en eventos comunitarios relevantes.
- Acciones: Coordinar eventos de ferias de salud, interactuar en redes sociales.
- Metas: Fortalecer la relación con la comunidad, incrementar la participación en eventos.

4. Comunicación de Crisis y Evaluación Continua:

- Estrategia: Establecer un protocolo de comunicación de crisis.
- Acciones: Realizar simulacros, evaluar la satisfacción del personal mediante encuestas.

- Metas: Mejorar la respuesta en situaciones de crisis, mantener un alto nivel de satisfacción del personal.

Actividades Continuas a lo largo del Año:

1. Monitoreo de Redes Sociales:

- Estrategia: Mantener una presencia activa y positiva en plataformas sociales y medios de comunicación local y nacional.
- Acciones: Responder preguntas y comentarios, publicar contenido relevante.
- Metas: Incrementar la interacción en redes sociales, gestionar una imagen positiva.

2. Actualización del Sitio Web:

- Estrategia: Mantener el sitio web con información actualizada y relevante.
- Acciones: Publicar artículos informativos, noticias y eventos.
- Metas: Asegurar que la información en línea esté siempre actualizada y sea fácilmente accesible.

3. Medios de Comunicación Escritos, Radiales y Televisivos

- Estrategia: Mantener con información actualizada y relevante.
- Acciones: Publicar artículos informativos, noticias y eventos en radios y televisoras locales y nacionales así como periódicos.
- Metas: Asegurar que la información esté siempre actualizada y sea fácilmente entendible.

4. Boletín Interno:

- Estrategia: Distribuir un boletín interno de manera regular.
- Acciones: Incluir actualizaciones, reconocimientos y logros del personal.
- Metas: Mejorar la comunicación interna, reconocer y motivar al personal.

Los indicadores de seguimiento

Esta herramientas esenciales para evaluar el éxito y la efectividad del Plan Institucional de Comunicación del Hospital General del Sur. A continuación, se presentan algunas estrategias de indicadores de seguimiento para distintas áreas del plan:

Comunicación Interna:

1. Indicador: Nivel de Satisfacción del Personal

- Estrategia: Implementar encuestas internas anuales para medir la satisfacción del personal con la comunicación interna.
- Meta: Alcanzar un aumento del 10% en la satisfacción del personal en comparación con el año anterior.

2. Indicador: Participación en Plataforma Interna



- Estrategia: Evaluar la participación en la plataforma de comunicación interna.
- Meta: Lograr un aumento del 15% en la participación mensual en comparación con el trimestre anterior.

Comunicación Externa:

3. Indicador: Interacciones en Redes Sociales

- Estrategia: Utilizar estadísticas de redes sociales para medir la interacción y la participación.
- Meta: Aumentar en un 20% la interacción en redes sociales en el próximo trimestre.

4. Indicador: Evaluación del Contenido del Sitio Web

- Estrategia: Analizar las métricas del sitio web para evaluar la efectividad del contenido.
- Meta: Lograr una disminución del 15% en la tasa de rebote del sitio web.

Participación Activa en la Comunidad:

5. Indicador: Nivel de Participación en Eventos Comunitarios

- Estrategia: Registrar la participación en ferias de salud y otros eventos comunitarios.
- Meta: Participar en al menos 5 eventos comunitarios en el próximo trimestre.

Comunicación de Crisis y Evaluación Continua:

6. Indicador: Tiempo de Respuesta en Situaciones de Crisis

- Estrategia: Evaluar el tiempo de respuesta del equipo de comunicación durante simulacros.
- Meta: Reducir el tiempo de respuesta en un 25% en los próximos ejercicios de simulacro.

7. Indicador: Satisfacción del Personal Post-Crisis

- Estrategia: Incluir preguntas específicas en las encuestas de satisfacción postcrisis.
- Meta: Alcanzar una tasa de satisfacción del personal del 80% después de situaciones de crisis.

Actividades Continuas a lo largo del Año:

8. Indicador: Interacciones en Redes Sociales Continuas

- Estrategia: Monitorizar constantemente las métricas de redes sociales.
- Meta: Mantener un aumento del 10% en la interacción mensual en plataformas sociales.

9. Indicador: Actualización Frecuente del Sitio Web

- Estrategia: Realizar auditorías regulares del contenido del sitio web.
- Meta: Asegurar al menos una actualización importante en el sitio web cada mes.

10. Indicador: Participación en Encuestas Internas

- Estrategia: Asegurar una alta tasa de participación en encuestas internas.
- Meta: Mantener una participación del 90% o superior en todas las encuestas internas.

Estos indicadores proporcionarán una visión clara del rendimiento del plan de comunicación, permitiendo ajustes continuos para mejorar la efectividad a lo largo del tiempo.



Conclusiones

- ❖ La implementación del Plan Institucional de Comunicación resultara en mejoras significativas en la comunicación tanto interna como externa del Hospital General del Sur. El compromiso continuo con las estrategias y la adaptabilidad a las necesidades cambiantes permitirán mantener y mejorar la efectividad de las iniciativas de comunicación en el futuro.
- ❖ Este Plan de Comunicación representa un compromiso del Hospital General del Sur con la excelencia en la comunicación, sirviendo como base para fortalecer nuestras relaciones internas y externas, así como para proporcionar servicios de atención médica de calidad a nuestra comunidad.

Elaborado por	Revisado por.	Aprobado por.
Lic. Marcelo Castellón	Lic. Evans Carlos Cáceres	Dr. Carlos Gonzales
Firma	Firma	Firma
Fecha: 12 de marzo 2024	Fecha: 12 de marzo 2024	Fecha: 12 de marzo 2024