1. PRESENTACIÓN INICIAL DEL PLAN DE COMUNICACIONES

El presente Plan de Comunicaciones se define como el conjunto de acciones que permiten una adecuada y oportuna comunicación con el cliente interno y externo, reconocimiento institucional, construcción de identidad y el posicionamiento de imagen corporativa a través de los medios de comunicación, para mantener la comunicación con los diferentes públicos de interés.

La comunicación oportuna y eficiente garantiza el derecho que tienen los ciudadanos de estar informados sobre las actividades que realiza la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael Tunja, lo cual establece y consolida las relaciones que tiene la institución con los diferentes grupos de interés.

La gestión de comunicaciones y medios apoya el cumplimiento del **Plan de Desarrollo Institucional "San Rafa: Alma, Vida y Corazón" 2024 – 2027,** al igual que el cumplimiento de los objetivos institucionales, políticas y la consolidación de las acciones encaminadas para alcanzar la acreditación; además de divulgar los servicios, el desarrollo de campañas institucionales, noticias y temas de salud pública, respondiendo a las necesidades de comunicación de los diferentes procesos y servicios.

La acreditación se perfila como uno de los objetivos del Hospital Universitario San Rafael Tunja, y una parte esencial de ésta es la socialización oportuna y veraz de la información a cada uno de los públicos seleccionados, a través de los diversos canales para cada segmento de la población a informar, haciendo uso de la página Web, programas de televisión y radio propios (Cuente con San Rafael) redes sociales, chat, comunicados, boletines, ruedas de prensa, noticias entre otros.

En el 2024, la gestión de Comunicaciones y Medios de la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael de Tunja debe estar orientada a la promoción de servicios, planes, programas, proyectos institucionales, entre ellos acreditación; a través de mensajes emitidos por los medios y canales de comunicación internos y externos que permitan la socialización, divulgación y retroalimentación de la información institucional que se gestiona dentro del Hospital y con los actores o partes interesadas internas y externas.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

Gestionar la comunicación de forma oportuna y efectiva de políticas, planes y proyectos de la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael Tunja al cliente interno y externo a través de los medios y canales de comunicación disponibles.

Objetivos Específicos

- Definir los mecanismos para lograr que la comunicación organizacional sea coherente su plataforma estratégica, buscando que la información sea clara, consistente, oportuna y llegue a todas las partes interesadas.

- Determinar los medios de comunicación externa o redes sociales que busquen proyectar el reconocimiento del Hospital en el ámbito departamental, nacional e internacional, contribuyendo al

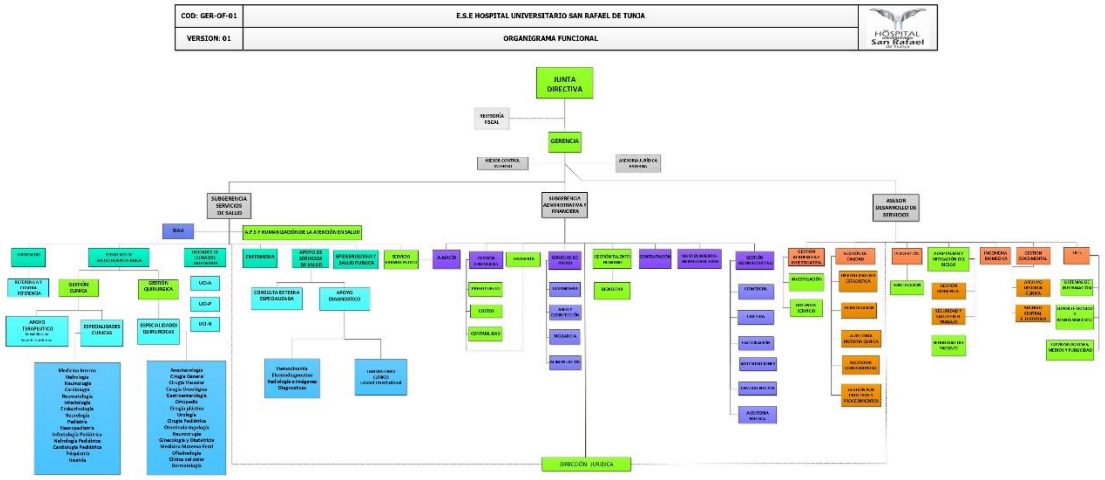
fortalecimiento de la prestación de servicios de salud, la imagen corporativa, la gestión institucional, consolidación de planes, proyectos, programas

- Establecer las piezas publicitarias que se requieran en el Hospital y que soporten el desarrollo de las estrategias de comunicación de la Institución.

3. ESTRATEGIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael Tunja, las comunicaciones son un elemento transversal a todos sus procesos, contribuyendo así al logro de la misión, la visión, planes, proyectos, programas, objetivos institucionales y sociales. De esta manera, se consolidan las relaciones humanas de la institución con los diferentes grupos de interés.

Teniendo en cuenta lo anterior, la Gestión de Comunicaciones y Medios comparte la dimensión estratégica y de apoyo.



En la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael de Tunja, la Gestión de Comunicaciones y Medios se fundamenta en tres componentes: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Publicidad.

El presente plan propone la gestión eficiente de canales de comunicación en cada uno de sus componentes, y a través de medios radiales, televisión, prensa, boletín, fondo de escritorio, perifoneo y comunicados. Al igual contempla la realización de actividades como ruedas de prensa cuando el desarrollo de la información así lo requiera y la utilización de medios electrónicos masivos como WhatsApp, X, Tiktok, Facebook, Instagram, canal de You Tube y página web.

Según el desarrollo de las campañas internas, externas y los programas institucionales, se proyectará el medio de divulgación que se requiera para cada caso. Así mismo, se articula con lo contemplado en el Sistema de Gestión de Calidad, Estándares de Acreditación Institucional, Modelo Estándar de Control Interno, MECI, estrategia de Gobierno en Línea y Política de Cero Papel.

4. RECOMENDACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Con el objetivo de divulgar la información sobre el funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los grupos de interés y en la comunidad en general de la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael Tunja, se debe implementar la gestión de medios de comunicación masivos.
Así mismo, la comunicación externa es uno de los mecanismos de apertura que deben implementar las entidades y que facilita la participación de la ciudadanía en la gestión pública.

Medio: Redes sociales

Objetivo: Divulgar a través de las cuentas oficiales en Facebook (Hospital San Rafael Tunja), "X" (@HSanRafaelTunja), Instagram (@hsanrafaeltunja), Youtube y TikTok, aquella información de interés para clientes externos sobre eventos, actividades académicas, historias, noticias, testimonios, avances del Plan de Desarrollo Institucional, portafolio de servicios, programas de responsabilidad social, entre otros.

Ventajas: La inmediatez en la divulgación de la información es la mayor ventaja de la emisión de mensajes a través de las redes sociales, así mismo, la frecuente consulta que las personas ingresan a las mismas apoya el fácil y masivo despliegue de la información a los ciudadanos; además, se tiene la posibilidad de compartir contenido audiovisual, noticias publicadas en la página web, y demás mensajes que requieran una rápida difusión.

Proyección: Divulgar cada vez que se requiera contenidos administrativos, de interés en salud, cuidado y prevención, para quienes nos siguen en Facebook, Instagram y "X", también se abre este espacio para capacitaciones, charlas, etc. Lo cual ayudara a incrementar el número de seguidores que posee el hospital en las cuentas oficiales.

Valor:

Medio: Comunicados de prensa

Objetivo: Dar respuesta e informar a los medios de comunicación, de manera escrita, sobre sus solicitudes de verificación de información, prevaleciendo el derecho a la privacidad del usuario, la seguridad del paciente y de su familia. El comunicado se socializa a través de mensajería instantánea (Whatsapp) y telefónicamente, a redactores de los periódicos, revistas, emisoras de radio, estaciones de televisión, así como a medios online y a bloggers.

Ventajas:

- Mantener informada a la comunidad
- Responder a las necesidades de los medios de comunicación
- Verificación de la información con los procesos involucrados
- Previa autorización de la Gerencia para dar a conocer la información.
- Información oportuna y veraz.

Proyección: se emitirán Comunicados de Prensa según solicitud de los medios de comunicación o si el hospital necesita informar o aclarar hechos propios a la comunidad o algún estamento.

Medio: Prensa

Objetivo: Publicar temas de prevención de enfermedades, gestión administrativa, información de carácter general, requerimientos de ley, temas de salud, mensajes institucionales, campañas institucionales, programas, entre otros, que requiera comunicar la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael.

Ventajas:

- Publicación adicional de información sin costo adicional cuando el hospital lo requiera en medios
- Revisión previa del material diseñado antes de ser publicado.
- Entrega de material adicional a ser publicado por parte del hospital (fotografía, logos etc.)
- Cumplir con los requerimientos de la ley 1712 de 2014 sobre la rendición de cuentas

Proyección:

- 1 publicaciones según necesidad. (Publirreportaje / publicidad)
- 2 espacios publicitarios de 6 cms x 2 coles, para salir en dos ediciones (rendición de cuentas).

Medio: Radio (programas gratuitos)

Objetivo: llegar a la audiencia, con programas y mensajes para la prevención de enfermedades y promoción de la salud, con contenidos para mejorar la calidad de vida de la comunidad, A través de emisoras regionales que desarrollen temas de trascendencia departamental y cultural.

Ventajas: La radio es un recurso útil de comunicación al cual el público en general puede acceder gratuitamente, además permite una comunicación clara y oportuna en cada uno de los receptores.

- **Emisora Boyacá 95.6 FM.** (cobertura en 80 de los 123 municipio del departamento)

Proyección: Emisión Podcast "PREGÚNTELE AL SAN RAFA". Duración podcast: De 10 a 5 minutos. Al aire el día miércoles. La emisora cuenta, además, con programación en la web http://boyaca.gov.co/95.6fm/

¿Qué son los Podcast? Los podcasts son una serie de contenidos grabados en audio y transmitidos en línea. Estos pueden ser grabados en diferentes formatos, como por ejemplo entrevistas o conversatorios sobre un tema específico.

Posibles Temas para el Podcast "PREGÚNTELE AL SAN RAFA":

- Programa Estrategia IAMII
- Programa Madre Canguro
- Feria de la inducción y la reinducción Semana San Rafael
- Simposios Hospital San Rafael
- Programa B24 (VIH)
- Hemocentro

- Gestión Ambiental
- Programa Buen Trato
- Programa Renacer
- Semana Mundial de la Lactancia Materna
- Lepra
- Seguridad del Paciente
- Manejo de pólvora y licor adulterado.

Medio: Página web

Objetivo: Divulgar información institucional a clientes externos e internos, en desarrollo de la estrategia de Gobierno en Línea y todos los requisitos de Ley que requieran comunicación a través de este medio, se convierte en un medio de fácil consulta, de información de primera mano.

Ventajas: Se divulga información oportuna a clientes externos e internos, la cual da a conocer la institución, sus servicios, avances del Plan de Desarrollo, necesidades de contratación, crecimiento y logros de la empresa. Además de convertirse en un valioso medio para motivar la participación en el proceso de comunicación de quienes la consultan.

Proyección: La actualización del sitio web de la institución se realizará de acuerdo a la "Política de actualización de la página web" dispuesta por la Oficina de Sistemas, y por el "Plan de Acción de implementación de la estrategia de Gobierno En Línea".

Además se fortalecerá esté canal de divulgación con enlaces por medio de las cuentas oficiales de la E.S.E. en redes sociales, programas de televisión y radio, publicidad y medios de comunicación interna.

Medio: Rueda de Prensa

Objetivo: convocar a los medios de comunicación para que el vocero oficial de la institución dé a conocer las novedades del Hospital y responda a preguntas e inquietudes que los representantes de los medios tengan.

Ventajas: La posibilidad que tiene los representantes de los medios de comunicación de conocer las noticias institucionales, apoyados en las declaraciones de los voceros del Hospital y despejar las dudas que frente al tema que se presenten y así evitar errores en la información de las noticias.

Proyección: Generar información veraz y oportuna a los medios de comunicación según las necesidades y directrices de la gerencia y voceros oficiales de la institución y requerimientos de información solicitada por periodistas.

Medio: Monitoreo de Noticias

Objetivo: Mantener informados y actualizados a los directivos de la E.S.E Hospital Universitario San Rafael Tunja, acerca de las noticias más importantes y relevantes del Hospital, del departamento y el País en el sector salud.

- **Objetivo:** Identificar errores de información de medios de comunicación.
- Corregir enfoques noticiosos
- Evaluar el desempeño de los medios en materia de noticias dadas por la Institución.
- Informar sobre el acontecer noticioso que tenga influencia sobre el hospital a sus directivas
- Estar informado y actualizado en temas de salud.

Proyección: Se realizará monitoreo diario y se guardara evidencia de la misma cuando sea necesario.

Medio: Espacio audiovisual

Objetivo: Se trata de un breve video semanal, en donde se emitan tips y/o consejos de salud para la comunidad en general, con profesionales de la salud del Hospital Universitario San Rafael de Tunja. Dicho espacio se llamaría: "Pregúntele al San Rafa"

Ventajas: Hacer visibles esos tips y/o consejos útiles para la vida diaria de usuarios, pacientes y ciudadanía en general.

Posibles tips y/o consejos:

LAVADO DE MANOS
EJERCICIO Y ACTIVIDAD FÍSICA
HÁBITOS DE VIDA SALUDABLE
ASEPSIA PERSONAL
CORRECTO INGRESO AL HOSPITAL

Proyección: Se emitiría los días jueves. Duración: 3 minutos. Medio de emisión: redes sociales del HURST.

5. RECOMENDACIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Permite garantizar el cumplimiento de la misión del Hospital Universitario San Rafael, orientando la difusión de políticas e información generada por las diferentes áreas, actuando en el marco de los objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y gestión de la E.S.E. Hospital Universitario San Rafael de Tunja, de acuerdo a la normatividad vigente.

Así mismo, la comunicación organizacional convoca a los colaboradores en torno a una imagen corporativa que guíe su actuación diaria, compromiso con la plataforma estratégica y fortalecimiento del clima laboral.

Importante: Nosotros, actualmente, nos desempeñamos como apoyo en los espacios de interacción interna, basados en la **comunicación asertiva y diálogo permanente entre trabajador y paciente,** donde haya un trato digno, amable y dentro de la **línea de humanización.** Así mismo promovemos y apoyamos las buenas maneras, actitud correcta y el trato adecuado entre trabajadores y en procedimientos como, por ejemplo, la entrega de turnos. Todo lo anterior, basados en la **comunicación organizacional.**

Medio: Altavoz

Objetivo: Emitir mensajes institucionales para educar e informar al paciente, visitantes y colaboradores sobre el autocuidado, medidas administrativas y ramas de la E.S.E., además de brindar información sobre los eventos que se programen y del acontecer diario del Hospital.

Ventajas: Es un medio en el que se transmite la información en tiempo real, teniendo mayor cobertura e inmediatez.

Proyección: Se emitirán según requerimiento los mensajes con la periodicidad requerida, sin que se afecten los niveles de contaminación auditiva. (Los altavoces que hay, actualmente, son antiguos y presentan deficiencias).

Medio: Correo Electrónico

Objetivo: Informar oportuna y permanente a los colaboradores del Hospital, acerca de las actividades de las diferentes áreas, y fomentar la retroalimentación constante.

Ventajas: Facilidad en la socialización y cobertura de la emisión de la información, debido a que un alto porcentaje de colaboradores tienen acceso a internet, a través de computador o celular.

Proyección: Enviar, a través de correo electrónico, la información que sea necesaria divulgar por el medio a los colaboradores de la institución, en el momento que las diferentes áreas y servicios del Hospital lo requieran. De igual manera, actualizar y consolidar la lista de contactos de correos institucionales y personales.

Medio: Boletín Institucional "CONÉCTATE CON EL SAN RAFA"

Objetivo: Mantener a los usuarios y colaboradores enterados del acontecer del hospital y sus necesidades, con un diseño constante agradable y dinámico.

Ventaja: El boletín permitirá informar, de manera efectiva y directa a los colaboradores del Hospital, mensajes que creen sentido de pertenencia, cultura organizacional y, a su vez, propicias bases para la mejora del clima laboral. Así mismo, que se consoliden procesos trasversales como Acreditación, MECI, Hospital Universitario, y programas institucionales. De esta manera se convierte en herramienta de desarrollo y fortalecimiento institucional.

Su diseño será virtual cumpliendo con las políticas de Cero Papel, ya que somos un hospital Sostenible.

Proyección: se proyecta su realización de manera mensual.

Medio: Carteleras

Objetivo: se darán a conocer los mensajes educativos, campañas institucionales, noticias, eventos o decisiones de la entidad dirigidas tanto a los funcionarios como al público externo que visita las diferentes áreas de la institución. Se cuenta con 10 carteleras para servicios, 1 cartelera general y 6 carteleras de habilitación.

Las carteleras están ubicadas en los diferentes servicios y el hall principal del Hospital, para cumplir con su correcto uso se cuenta con un plan de manejo de carteleras.

Ventajas: inmediatez, ya que se puede consultar la información cuando se requiera**.** Se deja evidencia de las publicaciones.

Contenidos:

Entrada principal: Misión, visión y valores corporativos, pasos IAMI, e información de tipo general para usuarios, visitantes y colaboradores.

Carteleras generales: Para realizar divulgación general, entre estas:
- Información sobre Programas institucionales (rotatorios por todos los puntos de red)
- Información sobre Autocuidado (Salud Ocupacional)
- Cultura organizacional
- Cronograma de actividades y eventos
- Noticias de interés

Carteleras de habilitación: se cuenta con seis carteleras, donde los usuarios pueden consultar los servicios que tiene habilitado el Hospital San Rafael.

Proyección: se cuenta con 10 carteleras para servicios en aluminio y paño 120x180 cm. Y 1 cartelera general en aluminio y paño 150x180 cm. Dichas carteleras cuentan con un diseño que facilita su fácil ubicación en cada uno de los procesos que están ubicadas. La información que se publica es validada por gestión académica y por comunicaciones. Se cuenta, además, con tres carteleras de habilitación.

Medio: Fondo de Escritorio

Objetivo: Publicar mensajes de acuerdo a las campañas de comunicación interna, recomendaciones, programas de Acreditación, Plan de Desarrollo Institucional, invitaciones a eventos, entre otros.

Ventaja: Información oportuna al personal que tiene acceso a los equipos en red del Hospital. Este mecanismo permite memorización de la información trasmitida.

Proyección: Actualizar el fondo de escritorio cada vez que se solicite.

5.1 ADQUISICIONES

CAMARA FOTOGRAFÍCA CON LENTE

Objetivo: tienen como finalidad promocionar, divulgar servicios, campañas, programas y proyectos; para socializar en redes sociales y dejar archivo en la fototeca, por tal razón se requiere una cámara con lente 18-55mm de fotos profesional con trípode de cabeza móvil fluida que permita su manejo en diferentes campos.

Ventaja:
- mantener informado al público interno y externo visualmente.
- Brindar apoyo a los procesos y programas con imágenes visuales, para elaborar material educativo, informativo, etc.
- El registro fotográfico ofrece temporalidad ya que se deja soporte fotográfico de las actividades del hospital en la fototeca.
- Se brida objetividad en el momento de evaluar criterios como: asistentes, calidad, preparación, entre otros temas de evaluación.
- información oportuna y veraz.

Proyección: se realizaran tomas fotográficas según solicitud de los procesos, programas y medios de comunicación departamental y nacional o si el hospital necesita informar o aclarar hechos propios a la comunidad o a algún estamento.

MICROFÓNO BIDIRECCIONAL

Objetivo: El propósito consiste en contar con una herramienta de sonido que perfeccione la emisión del podcast "PREGÚNTELE AL SAN RAFA", espacio radial, de 15 minutos, que se emitirá por la emisora "BOYACÁ 95.6 FM"

Ventaja: El micrófono bidireccional permitirá una excelente y óptima calidad de sonido al momento de realizar el podcast, lo cual tendrá como resultado la emisión de un espacio profesional y garantizado para todos los oyentes.

Proyección: emitir el podcast "PREGÚNTELE AL SAN RAFA", los días miércoles en la emisora BOYACÁ 95.6, con una herramienta clave como lo es el MICRÓFONO BIDIRECIONAL, el cual permitirá que tanto entrevistado como entrevistador, se escuchen de manera clara e impecable.

CAMARA SONY híbrida full-frame Alpha 7 IV

Objetivo: Por su gran tecnología, cuenta con las condiciones adecuadas para generar una buena calidad de imagen y sonido.

Ventaja: una cámara de última tecnología, con diversidad de formatos que garantizan un buen producto en elaboración.

Proyección: Para todas las piezas audiovisuales requeridas en el hospital.

LENTE DE CÁMARA SIGMA 24-70 DG DN

Objetivo: lente para cámaras para lo cual se requiere dicho artefacto que serviría para la cámara Sony.

Ventaja: una parte fundamental para la cámara, con el cual se van a optimizar las imágenes y su calidad como tal.

Proyección: su utilización permanente, cada vez que la cámara se emplee para todos los trabajos audiovisuales solicitados.

DRONE DJI MINI 3

Objetivo: Pensando en las obras que viene adelantando el hospital, en cuanto a infraestructura, se sugiere hacer un seguimiento a los avances de estas.

Ventaja: la mejor forma de mostrar estas importantes obras, se harían, justamente, con el apoyo de un drone.

Proyección: Para todas las tomas aéreas del hospital y su infraestructura física.

ESTABILIZADOR DE CÁMARA DJI RONIN RS4 COMBO Y ESTABILIZADOR DE CELULAR DJI OSMO MOBILE 6

Objetivo: mostrar al hospital como al mejor del Centro Riente colombiano.

Ventaja: Para la producción de contenido audiovisual de calidad.

Proyección: contar con herramientas para la generación de contenido para redes de alto nivel.

COMPUTADOR

Objetivo: Contar con un equipo de edición de video profesional.

Ventaja: un computador con las siguientes características:

- Procesador: INTEL CORE I7 14700KF + 360L
- RAM: 32GB (2×16) 6000MHZ
- Disco Duro: 1TB M.2 NVME 4800 MB/S
- Disco SSD 1 TB
- Tarjeta gráfica RTX 4090
- Fuente: 750W 80+
    - MONITOR: Monitor 29" 21:9 Ultrawide Full Hd Ips Con Amd Freesync Color

Proyección: para realizar todos los trabajos de edición, producto de los videos realizados previamente.

WEB CAM: OBSBOT TINY 2 AI-POWERED PTZ 4K WEBCAM 1 / 1.5 CMOS 4X ENFO

Objetivo: Para la realización de streaming de charlas.

Ventaja: una web cam robótica para la transmisión de diferentes eventos y charlas.

Proyección: una novedosa cámara para todos los eventos, de alto impacto, que se llevan a cabo en el Hospital Universitario San Rafael de Tunja.

5.2 ACREDITACIÓN

Política de Comunicaciones:

Objetivo: Establecer una política de comunicaciones, que permita definir las bases claras de todos los requerimientos de comunicación que se requieran en la institución: solicitudes, cambios en la imagen

corporativa, divulgación de programas, entre otros. Todos debidamente sustentados y documentados, así como también el porqué de los mismos.

Ventaja: La política de comunicaciones, otorgará un orden claro al momento de generar mayor visibilidad del Hospital Universitario de Tunja, tanto de manera interna, como de manera externa. Es decir, cada contenido divulgado, tendrá una razón de ser.

Proyección: Se tiene prevista desarrollar durante los próximos cuatro años, dentro del Plan de Desarrollo 2024 – 2027, y de acuerdos a los lineamientos establecidos por el comité y grupo asesor del proceso de Acreditación.

Mesa de Trabajo

Objetivo: Desarrollar una mesa de trabajo, a través de un aplicativo (GELPI), que facilite y visualice los requerimientos hechos por los diferentes procesos del Hospital.

Ventaja: Agilidad y facilidad al momento de hacer un requerimiento al equipo de comunicaciones; además, exclusividad en dicho proceso.

Proyección: Durante el periodo establecido en el Plan de Desarrollo 2024 – 2027 y de acuerdo a los lineamientos dictados por el comité asesor de acreditación.

Comité de Comunicaciones

Objetivo: Crear un comité de comunicaciones, el cual permita tener un orden jerárquico personal que optimice los procesos comunicativos. Dicho comité estaría presidido por el Gerente del Hospital.

Ventaja: Este comité permitirá tener voz y voto, y tener la potestad de tomar decisiones claves dentro de la institución y para beneficio de la misma.

Proyección: Se establecerá de acuerdo a las indicaciones que señale el equipo asesor del proceso de Acreditación y dentro del Plan de Desarrollo 2024 – 2027.

6. CRONOGRAMA MENSUAL

Medio	Frecuencia	Observación
Altavoz	Diariamente	De acuerdo a disposiciones del procedimiento de Comunicación Interna.
Boletín institucional	Cuando se requiera	Se unificaron los diferentes estilos de boletín que existían en uno solo, ya que los otros son canales de divulgación
Correo electrónico	Diariamente	Fuente de socialización eficaz y con respaldo de entrega de información
Carteleras	Cuando se requiera	Información las 24 horas para publico interno y externo
Fondo de escritorio	Cuando se requiera	Información veraz y oportuna que llega a los usuarios de la red del hospital
Campañas internas	Cuando se requiera	Apoyo a las diferentes áreas en las necesidades de divulgación que requieran
Video servicios	Cuando se requiera	De acuerdo a disposiciones del procedimiento de Comunicación Interna.
Televisión	2 programas mensuales, 2 repeticiones, apoyo en la divulgación.	Información que llega a público masivo dentro del departamento
Radio	2 programas semanales, en dos emisoras	De acuerdo a actividades contempladas en el procedimiento de Comunicación Externa.
Página web	Cuando se requiera	Según Política de Actualización de la página Web
Redes sociales	Cuando se requiera	Medio de aceptación masiva
Comunicado de Prensa	Cuando se requerido	De acuerdo a solicitud por medios de comunicación o necesidad de la institución.
Boletín de Prensa	Cuando se requiera	Diseño unificado de diseño ágil socializado en web y correos electrónicos
Rueda de Prensa	Cuando se requiera	Brindar información oportuna y veraz a los medios de comunicación según necesidades de información
Paraderos	24 horas información	De acuerdo a solicitud por medios de comunicación o necesidad de la institución.
Valla Electrónica	Diariamente	De acuerdo a solicitud por medios de comunicación o necesidad de la institución.
Avisos Exterior	Diariamente	Ubicación y posición de marca.

7. PRESUPUESTO PROPUESTO

Medio de comunicación	Valor mensual	Valor anual
TOTAL		

8. EVALUACIÓN

9.1.1. Indicador I

Campañas comunicativas realizadas en el periodo

Fórmula de cálculo: [NUM]/[DEN]*100
Numerador: número de campañas comunicativas que mejoraron sus resultados producto de la comunicación realizada
Denominador: total de campañas realizadas del periodo
Periodicidad: Mensual

9.1.2. Indicador II

Piezas graficas diseñadas en el periodo

Fórmula de cálculo: [NUM]/[DEN]*100
Numerador= número de solicitudes de las piezas solicitadas
Denominador = Total de piezas diseñadas realizadas
Periodicidad: Trimestral

9.1.3. Indicador III

Publicaciones realizadas en el periodo

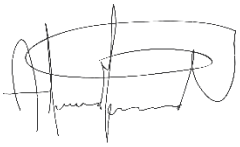
Fórmula de cálculo: [NUM]/[DEN]*100
Numerador: Número de publicaciones solicitadas para publicar.
Denominador Número de publicaciones realizadas para publicar.
Periodicidad: Trimestral

9. SEGUIMIENTO

- Los indicadores serán alimentados en el sistema Daruma según las fechas programadas.
- Cada tres meses se realizara acta de seguimiento al cumplimiento del Plan de Comunicaciones con los encargados del proceso.
- Se sustentaran los avances ante la sugerencia según cronograma establecido para el proceso de la oficina de desarrollo de servicios.
-

Proyectó:

Daniel Barriga Silva
Líder Comunicaciones



Andrés Morantes Niño
Profesional de apoyo, Comunicaciones

Revisó:

Mónica María Londoño
Asesora de Desarrollo de Servicios

Aprobó:

Germán Francisco Pertuz Gonzáles
GERENTE