

Plan estratégico **de** *Comunicaciones*

INTRODUCCIÓN

Diseñar estrategias centradas en el análisis, organización y perfeccionamiento de las variables que conforman los procesos comunicativos es fundamental en cualquier empresa, aún más en tiempos actuales donde ha cobrado gran relevancia la forma en que los públicos objetivos conocen e interactúan con las instituciones. Unificar el mensaje, generar contenido de valor y fidelizar el target es clave para alcanzar el posicionamiento de marca institucional esperado.

El Plan Estratégico de Comunicaciones del Hospital Marco Fidel Suárez es el conjunto de estrategias, tácticas y actividades que permitirán la gestión de canales de comunicación internos; estructuración y manejo de canales de información y comunicación externos; reconocimiento de marca, identidad y reputación corporativa; y relación con medios de comunicación masiva.

Este plan responde a la línea estratégica "Hospital inteligente, competitivo e innovador", del Plan de Desarrollo Institucional "JUNTOS POR LA SOSTENIBILIDAD CONSCIENTE Y EL COMPROMISO DE VIDA" y se compone de un (1) programa "Comunicación con Propósito" y tres (3) proyectos generales: nuestro hospital en medios; red de comunicación estratégica y posicionamiento de los canales digitales, a través de los cuales buscamos impactar con mensajes corporativos coherentes que garanticen efectividad en la dinámica institucional e información oportuna y veraz de forma bidireccional.

JUSTIFICACIÓN

Para que una empresa logre eficiencia y eficacia en el cumplimiento de sus procesos es imprescindible garantizar la fluidez continua de la información, desde todos los niveles y en forma bidireccional. **Se debe comprender la comunicación como un eje transversal que toma en conjunto la organización** y posibilita el diseño de estrategias que fortalezcan las acciones encaminadas a mejorar la imagen pública, así como potenciar y difundir todos los aspectos de la empresa con claridad, veracidad y transparencia.

El Plan Estratégico de Comunicaciones del Hospital Marco Fidel Suárez se establece para dinamizar los procesos de comunicación internos y externos, sin desligarse uno del otro y asumiendo un mismo nivel de importancia, donde todas las personas que conforman la organización tengan un manejo coherente y uniforme de la identidad institucional; y las acciones que se realicen desde las diferentes áreas apunten al cumplimiento de la misión establecida.

Este plan permite que la institución avance hacia la transformación digital, (*herramienta clave para interactuar con la comunidad*) teniendo un manejo claro, preciso y constante de la información de la empresa donde se forje identidad y cultura, siendo gestor del alcance de objetivos y crecimiento permanente, ya que se forma la organización como un conjunto sólido que permite el posicionamiento de marca, así como la credibilidad y fidelización del público objetivo.

OBJETIVO GENERAL

Lograr un impacto comunicacional positivo en la comunidad y demás grupos de interés.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Fortalecer la **relación con los diferentes medios de comunicación masiva (locales y departamentales) que permitan conservar el posicionamiento de la imagen corporativa** como prestador de servicios de salud, de calidad y humano.
2. Fortalecer la **comunicación estratégica interna y externa del hospital para posicionarlo como un referente en el sector salud**, destacando su calidad humana, excelencia en el servicio y sostenibilidad económica.
3. Fortalecer la **presencia digital del hospital mediante una gestión estratégica de marketing y canales digitales**, que permita posicionarlo como líder en el sector salud, promoviendo accesibilidad a sus servicios, siendo de calidad y brindando una atención humana y compasiva.

PÚBLICO OBJETIVO (STAKEHOLDERS)

Público Interno: personal vinculado, contratista y externalizado del Hospital Marco Fidel Suárez.

Público Externo: usuarios y sus familias, IPS, EPS, proveedores, agremiaciones, sindicatos y comunidad en general.

Grupos de presión: Ministerio de Salud y Protección Social, Secretaría de Salud departamental y municipal, veedurías ciudadanas, Contraloría, Procuraduría, medios de comunicación masiva.

ALCANCE

El Plan Estratégico de Comunicaciones del Hospital Marco Fidel Suárez tiene un tiempo de ejecución de un año (2025).

PROCESO

Gestión de las comunicaciones.

SUBPROCESOS

- **GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA**

Objetivos

1. Fortalecer los canales de comunicación interna logrando un flujo adecuado y oportuno de la información.
2. Incrementar el contenido interno generado por funcionarios y colaboradores.

Estrategias

1. Implementar campañas y estrategias de sensibilización que contengan contenido de valor para el uso efectivo y eficiente de los canales de comunicación interna.
2. Gestionar la comunicación interna como un compromiso de toda la organización.

1. GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA

Objetivos

1. Fortalecer la relación con los diferentes medios de comunicación masiva (locales y departamentales) que permitan conservar el posicionamiento

de la imagen corporativa como prestador de servicios de salud, de calidad y humano.

2. Optimizar la presencia digital del hospital.
3. Incrementar el relacionamiento con el público externo generando mayor difusión de la información y cercanía con los públicos objetivos.
4. Fortalecer la estrategia de los canales digitales.

Estrategias

1. Fortalecer la relación con los medios de comunicación masivos.
2. Desarrollar campañas digitales para mejorar la interacción y posicionamiento de la marca en redes sociales.
3. Fortalecer la relación con los públicos de interés de acuerdo con sus necesidades de información.
4. Dar cumplimiento al plan de trabajo según la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

PRESUPUESTO

La línea estratégica “Hospital inteligente, competitivo e innovador”, del Plan de Desarrollo Institucional “JUNTOS POR LA SOSTENIBILIDAD CONSCIENTE Y EL COMPROMISO DE VIDA” cuenta con rubro presupuestal asignado el cual estará especificado en el Plan Operativo Anual y de Inversiones –POAI-.

CRONOGRAMA

El cronograma de ejecución de los proyectos se encuentra documentado y tendrá seguimiento a través de la oficina de Planeación.

ANEXOS

1. Cronograma del Plan estratégico de comunicaciones, detallado para el año 2025.

Plan estratégico **de** *Comunicaciones*



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia