



INTRODUCCIÓN:

En el marco del derecho a la información pública y la obligación de la gestión transparente de las entidades que administran recursos del estado, es fundamental diseñar una estrategia de comunicación efectiva para informar a la ciudadanía sobre el accionar de la institución.

Para el hospital Susana López de Valencia, una estrategia de comunicación enfocada en la rendición de cuentas debe aprovechar al máximo todos los recursos institucionales a disposición, productos de televisión, redes sociales, revista, comunicados y comunicación con otras entidades y medios de comunicación.

Es importante que la estrategia esté alineada con la misión, visión y valores de la institución y se caracterice por una exposición continua y amplia en los medios de comunicación.

OBJETIVO GENERAL:

El objetivo general de la estrategia de comunicación es llevar a cabo una rendición de cuentas institucional completa, aprovechando todos los recursos mediáticos disponibles.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

Garantizar una amplia y constante cobertura en los medios de comunicación propios y externos.

Informar y captar la atención de los públicos internos y externos del Hospital Susana López de Valencia con los medios disponibles.

Generar impacto y promover la institucionalidad.

Demostrar orden, claridad y pulcritud en el desarrollo del evento de rendición de cuentas.

ESTABLECER LOS OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN:

Es importante definir los objetivos claros y precisos que se quieren lograr con la rendición de cuentas. ¿Qué se quiere comunicar? ¿A quiénes se quiere llegar? ¿Qué acciones se quieren impulsar a partir de la comunicación?

IDENTIFICAR A LA AUDIENCIA:

Es necesario conocer quiénes son las personas que van a recibir el mensaje y cómo se puede llegar a ellas de la manera más efectiva. En el caso de la rendición de cuentas de un hospital departamental, se pueden considerar diferentes audiencias como los pacientes, los familiares de los pacientes, los trabajadores del hospital, los medios de comunicación, entre otros.



DEFINIR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN:

Una vez identificada la audiencia, se debe definir los canales de comunicación más adecuados para llegar a cada uno de los públicos definidos. Se pueden utilizar diferentes canales de comunicación como medios tradicionales (televisión, prensa, radio), medios digitales (redes sociales, página web), comunicación directa (campañas publicitarias, eventos, reuniones), entre otros.

ELABORAR UN PLAN DE CONTENIDOS:

Es importante definir los contenidos que se van a comunicar en cada uno de los canales elegidos. En el caso de la rendición de cuentas del hospital Susana López de Valencia, se pueden comunicar los logros de la institución en diferentes áreas como la atención al paciente, la gestión de los recursos, la implementación de tecnología, entre otros.

IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES:

Una vez definidos los objetivos, la audiencia, los canales de comunicación y los contenidos, se debe implementar la estrategia de comunicaciones. Es importante tener en cuenta que la comunicación no es un proceso lineal y que puede requerir ajustes y modificaciones a medida que se avanza en la implementación.

EVALUAR LOS RESULTADOS:

Es importante evaluar los resultados de la estrategia de comunicaciones para conocer si se lograron los objetivos definidos y qué aspectos se pueden mejorar en futuras estrategias.

SE PROPONEN LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS:

Campaña de expectativa

- Treinta (30) días previos, se promocionará el evento en los diferentes medios locales y regionales a través de comerciales de radio y televisión que serán emitidos en los horarios Triple A.
- Comerciales dirigidos a plataformas digitales, con infografías, videos y audios, con contenido de expectativa del evento.
- Creación de videos clips presentando que se realizó durante el año 2022.
- Se producirán videoclips con los funcionarios de la institución, invitando a la ciudadanía a conectarse a la audiencia pública de rendición de cuentas, a comunicarse con la Entidad a través de los canales de comunicación habilitados para tal fin.
- Diseñar una parrilla de mensajes previos al evento con la información general de la rendición de cuentas.



- Gestionar en medios de comunicación entrevistas “FreePress” al gerente del hospital, así como a líderes de los procesos, para abordar temas de rendición de cuentas.
- Infografías de la rendición de cuentas, que contribuirán a un mecanismo novedoso para la estrategia.

EVENTO CENTRAL

El acto central de la rendición de cuentas, debe contar con la invitación de miembros de los organismos de control, alcaldía, gobernación, asociaciones, grupos y comunidad en general quienes serán convocados por la gerencia del hospital y estará precedido de una campaña de expectativa durante un mes que involucrará los medios de difusión con que cuenta la institución.

La campaña de expectativa estará centrada en las diferentes redes sociales.

Las preguntas, quejas, reclamos y sugerencias más solicitadas por la comunidad a través de la Oficina de atención al ciudadano, se tendrán en cuenta y resueltas en el evento de rendición de cuentas final.

Para todas las estrategias promocionales, se hará, en lo posible, traducción en lenguaje de señas.