

# **SUBRED INTEGRADA DE SERVICIOS DE SALUD SUR E.S.E**

## **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES CM-CI-PL-01 V10**





**Tabla de Contenido**

1. INTRODUCCIÓN:.....	3
2. OBJETIVO:.....	3
3. ALCANCE:.....	3
4. DEFINICIONES:.....	3
5. NORMATIVIDAD APLICABLE: .....	4
6. RESPONSABLES: .....	6
7. CONTENIDO DEL PLAN: .....	6
7.1. PÚBLICOS DE INTERÉS:.....	6
7.2. RECURSOS A TENER EN CUENTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES .....	6
7.3. COMPONENTES DEL PLAN DE COMUNICACIONES .....	7
7.4. SUBPROCESOS DE LA COMUNICACIÓN .....	7
7.5. NECESIDADES EN COMUNICACIÓN .....	8
7.6. ESTRATEGIAS A DESARROLLAR:.....	8
7.7. MANEJO DE UNA SITUACIÓN DE CRISIS:.....	9
7.8. ESTRATEGIAS INTERNAS Y EXTERNAS:.....	10
7.9. ENCUESTAS DE COMUNICACIONES .....	12
7.9.1. Metodología encuesta interna de comunicaciones .....	12
7.9.2. Metodología encuesta externa de comunicaciones .....	13
7.10. METAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES PARA EL AÑO 2025.....	14
8. BIBLIOGRAFÍA:.....	15
9. ANEXOS (Opcional):.....	15
10. CONTROL DE CAMBIOS: .....	16

## 1. INTRODUCCIÓN:

El Plan Estratégico de Comunicaciones (PECO) es la línea base para la comunicación interna y externa de una Institución, convirtiéndose en una herramienta importante, dado que contempla las pautas mínimas de comunicación en una organización. El Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) define la información y comunicación como una dimensión transversal y “articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión”, por lo tanto, este plan debe diseñarse teniendo en cuenta la dimensión y características de la entidad y su entorno, los resultados disponibles de indicadores relacionados con comunicación, el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, la Guía para la Administración del Riesgo y el diseño de controles en entidades públicas, el Manual de Comunicaciones del Distrito Capital y demás normatividad aplicable.

El **PECO** es el documento oficial de la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E para la implementación de acciones que conducen al éxito de la comunicación pública. Vista en 2 componentes:

- Comunicación interna
- Comunicación externa

Estos componentes están enfocados en responder a las necesidades de los diferentes grupos de valor.

## 2. OBJETIVO:

Desarrollar una cultura de la comunicación estratégica a nivel transversal, fundamentada en la información, el control y la evaluación, para la toma de decisiones y la mejora continua; implementando mecanismos de comunicación efectivos, que permitan el despliegue de la información desde la comunicación descendente, ascendente y horizontal, garantizando una comunicación en doble vía con los diferentes grupos de valor.

## 3. ALCANCE:

La información y comunicación es una dimensión articuladora de las demás, por lo tanto, su alcance se extiende a nivel transversal a todos los procesos de la Entidad y en todos sus niveles jerárquicos.

**DESDE:** El diagnóstico y recolección de necesidades de los procesos y comunidad.

**HASTA:** La evaluación de las estrategias ejecutadas.

## 4. DEFINICIONES:

**BOLETÍN:** Hace referencia a un texto en el cual se proyectan y redactan noticias.

**COMUNICACIÓN ASCENDENTE:** Este tipo de comunicación se desprende de los colaboradores y fluye hacia los directivos, permitiendo generar canales de escucha y retroalimentación en los diferentes niveles. Los colaboradores de la Institución se convierten en sujetos propositivos dentro de la gestión corporativa.

**COMUNICACIÓN DESCENDENTE:** Este tipo de comunicación se desprende desde los niveles directivos y fluye hacia los niveles operativos, a través de los diferentes líderes de procesos. Siendo una herramienta con la cual se envían mensajes claros, oportunos y veraces de la alta gerencia de la Institución al resto de los procesos de la Entidad.

**COMUNICACIÓN DIGITAL:** Son los mensajes enviados a través de medios como la Intranet Institucional, página web, redes sociales, mail, WhatsApp, televisores y toda herramienta que requiera internet para su uso.

**COMUNICACIÓN DOBLE VÍA:** Se refiere a la comunicación entre emisor y receptor, que genera mensajes al mismo tiempo por ambas partes.

**COMUNICACIÓN EXTERNA:** Hace referencia a los mensajes y canales dirigidos a la comunidad, usuarios, proveedores, sindicatos, medios de comunicación y público en general.

**COMUNICACIÓN HORIZONTAL:** Se desarrolla entre colaboradores de un mismo nivel jerárquico en donde tienen la posibilidad de comunicarse directamente entre sí. Su objetivo es proveer de un canal de coordinación y solución de problemas, además de brindar la alternativa de relacionarse como colaboradores con rangos similares en la Institución.

**COMUNICACIÓN INTERNA:** Procesos de comunicación que se desarrollan en el ámbito interno de la organización, entre personas, áreas o equipos. Abarca todos los mensajes dirigidos a los colaboradores internos, a través de diferentes canales.

**COMUNICADOS DE PRENSA:** Es la herramienta a través de la cual se da información o respuesta a medios de comunicación, frente a algún tema.

**CANALES O MEDIOS INSTITUCIONALES:** Hace referencia a las herramientas utilizadas por la institución para establecer comunicación con cada uno de sus grupos de interés y de esta manera tenerlos comunicados.

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA:** Busca fomentar un proceso de comunicación asertiva que permita la optimización de los recursos y el encadenamiento productivo de las organizaciones.

**MECANISMOS DE COMUNICACIÓN:** Canales, medios o herramientas utilizadas por la institución para establecer comunicación con cada uno de sus grupos de interés

**MEDIOS MASIVOS:** Hace referencia a los medios con impacto en diferentes plataformas a nivel nacional e internacional.

**OAC:** Oficina Asesora de Comunicaciones.

**VOCERO:** Es la gerencia o la persona delegada por ella, para dar declaraciones a medios masivos de comunicación o medios comunitarios de comunicación.

## 5. NORMATIVIDAD APLICABLE:

NORMA	AÑO	DESCRIPCIÓN	EMITIDA POR
Ley 489	1998	"Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expediten las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones."	Congreso de la República de Colombia
Ley 1757	2015	"Por la cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática"	Congreso de la República de Colombia
Decreto 959	2000	"Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales	Alcaldía Mayor de Bogotá

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur E.S.E.; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.



NORMA	AÑO	DESCRIPCIÓN	EMITIDA POR
		reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá".	
Decreto 103	2015	Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 "Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional" y se dictan otras disposiciones.	Congreso de la República de Colombia
Decreto 1499	2017	Mejorar la capacidad del Estado para cumplirle a la ciudadanía, incrementando la confianza de la ciudadanía en sus entidades y en los servidores públicos, logrando mejores niveles de gobernabilidad y legitimidad del aparato público y generando resultados con valores a partir de una mejor coordinación interinstitucional, compromiso del servidor público, mayor presencia en el territorio y mejor aprovechamiento y difusión de información confiable y oportuna.	Departamento Administrativo de la Función Pública
Decreto 612	2018	Por el cual se fijan directrices para la integración de los planes institucionales y estratégicos al Plan de Acción por parte de las entidades del Estado.	Departamento Administrativo de la Función Pública
Decreto 1008	2018	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital y se subroga el capítulo 1 del título 9 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.	Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Decreto 807	2019	Por medio del cual se reglamenta el Sistema de Gestión en el Distrito Capital y se dictan otras disposiciones	Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá
Acuerdo 381 del 30 de junio de 2009	2009	Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente en documentos oficiales y eventos públicos.	Concejo de Bogotá, D.C.
Acuerdo 744 del 3 de septiembre de 2019	2019	Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad "Bogotá" y se dictan otras disposiciones.	Concejo de Bogotá, D.C.
Circular No. 030	2020	Política manejo de Comunicaciones en la Secretaría Distrital de Salud.	Secretaría Distrital de Salud
Circular No. 001	2021	Manual de Marca de Alcaldía.	Alcaldía Mayor de Bogotá
Circular externa 2021170000004-5 de 2021	2021	Por la cual se imparten instrucciones generales relativas al código de conducta y de buen gobierno organizacional, el sistema integrado de gestión de riesgos y a sus subsistemas de administración de riesgos.	Circular externa 2021170000004-5 de 2021
Circular 001	2024	Alcance a las circulares No. 002 de 2021 y 003 de 2022 Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital.	Alcaldía Mayor de Bogotá
Circular 002	2024	Lineamientos Red Distrital de Comunicación Interna.	Alcaldía Mayor de Bogotá
Circular 003	2024	Socialización actualización "Manual de Uso de Marca Ciudad Bogotá".	Alcaldía Mayor de Bogotá

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur ESE; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.



NORMA	AÑO	DESCRIPCIÓN	EMITIDA POR
CONPES 3785	2013	Política Nacional de eficiencia administrativa al Servicio del Ciudadano y concepto favorable a la Nación para contratar un empréstito externo con la banca multilateral hasta por la suma de USD 20 millones destinado a financiar el proyecto de eficiencia al Servicio del Ciudadano.	Departamento Nacional de Planeación
Guía	2015	Guía de lenguaje claro para servidores públicos de Colombia.	Departamento Nacional de Planeación
Política	2019	Política de Comunicación Incluyente, herramienta institucional que contribuye a la construcción de Bogotá como una ciudad garante de derechos, diversa e incluyente.	Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital

## 6. RESPONSABLES:

El responsable de la gestión será el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y su equipo de trabajo. Además, los responsables de la evaluación a la adherencia del documento y su periodicidad serán el Jefe Asesor de Comunicaciones, Oficina de Desarrollo Institucional y Control Interno.

## 7. CONTENIDO DEL PLAN:

### 7.1. PÚBLICOS DE INTERÉS:

Siendo la Oficina Asesora de Comunicaciones un proceso transversal a toda la institución, el PECO está dirigido a cada uno de los macroprocesos y procesos de la institución y sus grupos de valor.

### 7.2. RECURSOS A TENER EN CUENTA PARA LA CONSTRUCCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES

- Plataforma estratégica
- Mapa de procesos de la Subred Sur.
- Caracterización del proceso y resolución de la Política de Comunicaciones.
- Avances de gestión.
- Disposiciones legales.
- Indicadores de mortalidad y morbilidad.
- Programa de Transparencia y Ética Empresarial – PTEE.
- MIPG.
- Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas.
- Encuesta interna de comunicaciones.
- Encuesta externa de comunicaciones.

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur E.S.E.; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.

- Encuesta externa para la ruralidad de comunicaciones.
- Planes de mejora radicados visita de acreditación.
- POA institucional.
- POA por proceso.
- Matriz de necesidades por proceso.
- Matriz de notas en medios masivos de comunicación.
- Matriz de notas en medios comunitarios de comunicación.
- Matriz de riesgos institucionales.
- Matriz plan de acción de medios internos y externos.
- Matriz de imagen institucional.
- Mesa de servicios.
- Almera.

### 7.3. COMPONENTES DEL PLAN DE COMUNICACIONES

El proceso de Comunicaciones en la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E. está basado en dos subprocesos, a través de los cuales fluye la comunicación hacia nuestros públicos de interés.



### 7.4. SUBPROCESOS DE LA COMUNICACIÓN

Los Subprocesos del proceso de Comunicación Estratégica en la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E. son:

- **Comunicación Interna** (Colaboradores)
- **Comunicación Externa** (Usuarios, Familia y Comunidad, Medios Masivos de Comunicación, Medios Comunitarios de Comunicación, Proveedores, Ambiental, Educación, Gobierno y Entidades del Sector).

Estos públicos de interés se convierten en el eje del PECO 2026 y son parte fundamental para el desarrollo del mismo.

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur ESE; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.



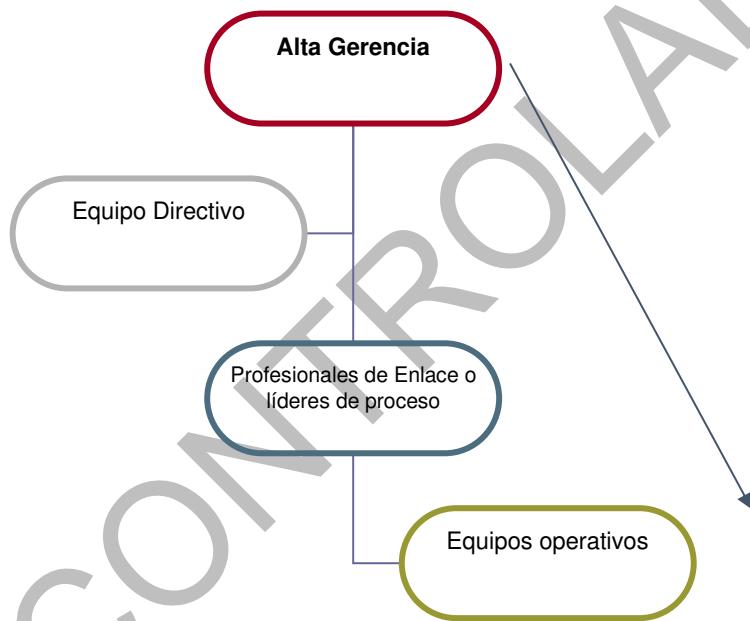
## 7.5. NECESIDADES EN COMUNICACIÓN

En el subproceso de comunicación interna se recogen las necesidades en comunicación a partir del diligenciamiento del formato “CM-CI-FT-03 Matriz Necesidades en Comunicación por Proceso” y por el aplicativo Mesa de Servicios, los tiempos de respuesta y el manejo están descritos en el procedimiento de publicaciones, instructivo Mesa de Servicios Asystech y el Manual de Comunicaciones.

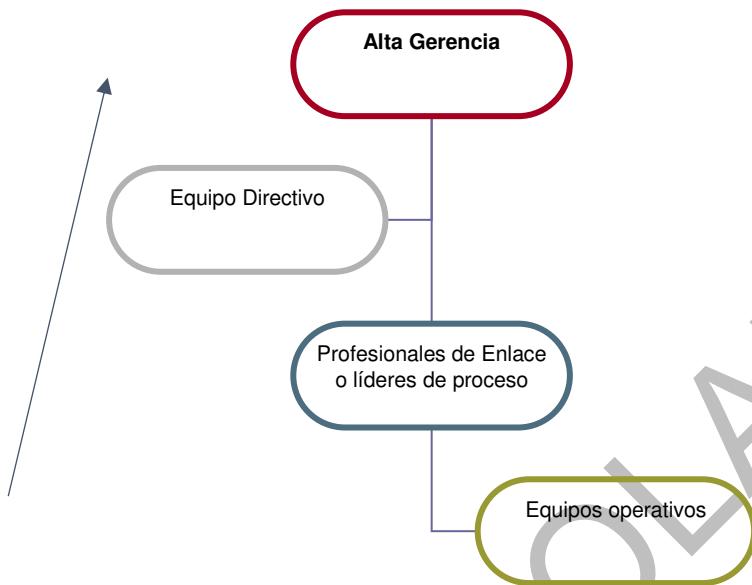
## 7.6. ESTRATEGIAS A DESARROLLAR:

**Comunicación organizacional:** La información fluye en doble vía desde las personas situadas en los niveles más altos de la organización hacia las que se encuentran en los niveles inferiores.

**Comunicación descendente:**



**Comunicación ascendente:**



**Comunicación horizontal:**



**7.7. MANEJO DE UNA SITUACIÓN DE CRISIS:**

Las crisis mediáticas se refieren a momentos coyunturales en el que una noticia o información negativa sobre la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E. o alguna de sus unidades, llega a los medios de comunicación y como consecuencia puede afectar la imagen institucional, la reputación o el prestigio; estos momentos casi siempre están relacionados con problemas financieros o de la prestación de los servicios de la Entidad.

Superar un episodio de crisis que afecte la imagen institucional, precisa de un trabajo coordinado y articulado para minimizar el impacto de las informaciones negativas que repercutan en los colaboradores y trasciendan a la comunidad y a los usuarios.

Para enfrentar adecuadamente estos momentos de crisis mediática, la Subred Sur cuenta con un Manual de Crisis que contiene todos los pasos a seguir por los colaboradores y directivos ante un momento de crisis.

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur ESE; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.



El Manual de Crisis es un documento realizado por la Oficina Asesora de Comunicaciones, avalado por la Gerencia de la Subred Sur y que se encuentra disponible en la plataforma Almera "CM-CE-MA-01 Manejo de una situación de crisis", el cual contiene la identificación y las fases de la crisis, así como la preparación de los voceros, el seguimiento de los medios de comunicación, y las estrategias informativas, comunicativas y correctivas para enfrentar el momento de crisis.

Además, con el fin de evitar un riesgo reputacional, donde toda acción propia o de terceros, evento o situación, pueda afectar negativamente el buen nombre y prestigio de la Entidad, se trabaja constantemente en la implementación de mecanismos para la medición y evaluación del riesgo en el sector, como encuestas de satisfacción internas y externas, monitoreo constante de medios masivos y comunitarios de comunicación, entre otros.

## 7.8. ESTRATEGIAS INTERNAS Y EXTERNAS:

- **Estrategia Rural**

**Objetivo:** Llevar formas de comunicación diferenciales a las zonas rurales de la Subred.

**Metodología:** Mensualmente se realizan productos audiovisuales con temas de salud enfocados en el tipo de población.

**Productos:**

- ✓ Boletín Rural Subred Sur.
- ✓ Piezas gráficas.
- ✓ Piezas físicas (boletines impresos).
- ✓ Espacios radiales locales.

**Medios:** Carteleras, intranet, WhatsApp, entrega casa a casa del documento y radio comunitaria.

- **Le Ponemos el Corazón**

**Objetivo:** Busca resaltar el valor de los colaboradores como seres humanos, no sólo desde su rol profesional, sino desde su rol personal.

**Metodología:** A través de un video creado para socializarse quincenalmente, se muestran historias reales de las acciones de corazón que realizan colaboradores. Una estrategia que socializada a través de todos los canales de la Subred. En junio de 2020 salió la primera edición.

- **Conectando ideas con la Gerencia**

**Objetivo:** Acercar la gerencia a los colaboradores.

**Metodología:** Se realiza mínimo una vez al mes. La gerente se reúne con un grupo de colaboradores de diferentes áreas, servicios, procesos y niveles jerárquicos. Se realiza un feedback, donde el gerente habla de la gestión de la Entidad (avances, logros, retos, etc.) y también **escucha y resuelve** inquietudes de los colaboradores.

- **De la Mano con la Gerente**

**Objetivos:**

- Generar espacios en los que la Gerente conozca no sólo a los colaboradores, sino la operación de las Unidades o sedes administrativas.
- Escuchar y resolver, en la medida de lo posible, inquietudes y necesidades de los colaboradores.

**Metodología:** Realizar recorridos en las Unidades de Servicios de Salud y sedes administrativas, en las que la Gerente tenga interacción con colaboradores, escucharlos e identificar oportunidades de mejora, la Oficina Asesora de Comunicaciones consolidará y gestionará con las diferentes áreas; de igual manera, las fortalezas son tenidas en cuenta para realizar reconocimiento a los colaboradores y replicar estas experiencias en otros espacios.

- **El Poder de Ser Mejores**

**Objetivo:**

- Integrar todos los esfuerzos comunicativos que realiza la entidad para aportar al cumplimiento de su visión y sus objetivos.
- Busca que todos los colaboradores y usuarios conozcan los productos, programas e iniciativas de la Subred Sur y puedan identificar con claridad su propósito y reconocer sus beneficios.

**Metodología:** A través de diferentes piezas comunicativas (vídeos, correos institucionales, fondos de pantalla, entre otros) se refuerzan mensajes con los colaboradores como:

- ✓ El respeto nos une.
- ✓ Transformación cultural.
- ✓ Somos empáticos.
- ✓ Mejoramos y nos cuidamos para ser más productivos.
- ✓ Las oportunidades de mejora nos llevan a la excelencia.
- ✓ Actuamos con amabilidad.
- ✓ Acreditación.

- **Con el corazón acreditado:**

**Objetivo:** Fortalecer la cultura de acreditación en los colaboradores.

**Metodología:** Se realizan diferentes piezas de comunicación que son socializadas por todos los canales de la institución con el fin de que los colaboradores se apropien de diferentes temas en el marco de la acreditación en salud.

- **Doctor Subred Sur**

**Objetivo:** Brindar tips y herramientas para el autocuidado y promoción de la salud.

**Metodología:** A través de un video creado para socializarse semanalmente, se muestran tips, consejos y recomendaciones para el autocuidado y promoción de la salud de usuarios

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur E.S.E.; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.

y colaboradores. Una estrategia que es socializada a través de todos los canales de la Subred.

- **Estamos IN**

**Objetivo:** Fortalecer procesos de investigación, docencia y servicio en los colaboradores.

**Metodología:** A través de un vídeo creado para socializarse mensualmente a través de las plataformas YouTube y WhatsApp, se busca socializar los procesos de investigación, docencia y servicio, adelantados en la Subred y así mismo, promover estas prácticas entre los colaboradores.

- **Liga Anticorrupción:**

**Objetivo:** Fortalecer, entre los grupos de valor, los valores institucionales, e incentivar el uso efectivo del botón de denuncias de corrupción.

**Metodología:** La Liga Anticorrupción de la Subred Sur es un equipo que refleja los valores y principios institucionales observados en las acciones de colaboradores y usuarios. Estos personajes (Integriman, Honestygirl, Repeatboy, Securitygirl) son utilizados en piezas gráficas, vídeos institucionales y puestas en escena para fortalecer las acciones en pro de lucha contra la corrupción, desde la apropiación de los valores institucionales hasta el uso de las herramientas para denunciar la corrupción.

- **Semana en Imágenes**

**Objetivo:** Mantener informados a los grupos de valor sobre la promoción de servicios, actividades internas y externas y noticias del sector salud.

**Metodología:** Boletín digital a través de un vídeo creado para socializarse quincenalmente a través de todos los canales internos y externos de la Entidad. Se cuenta con la participación de colaboradores quienes se encargan de actualizar en temas vigentes y de gran relevancia.

## 7.9. ENCUESTAS DE COMUNICACIONES

### 7.9.1. Metodología encuesta interna de comunicaciones

**Universo:** todos los colaboradores de la Subred Sur, sin importar su tipo de contrato o nivel jerárquico.

**Tipo de investigación:** muestreo probabilístico.

**Tamaño de la muestra:** 1294.

**Nivel de confiabilidad:** 98% y un margen de error de 2%.

**Técnica de recolección:** la encuesta interna es realizada de manera aleatoria y voluntaria a través de la herramienta Almera. El link para el diligenciamiento se envía por todos los canales internos de la Subred Sur a toda la Entidad.

**Objetivo de la encuesta:** medir los flujos y mecanismos de comunicación al interior de la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E.

**Lugar de realización de la encuesta:** Bogotá, Colombia. Sedes asistenciales y administrativas de la Subred Sur, ubicadas en las localidades de Tunjuelito, Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz.

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur E.S.E.; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.

**Metodología de la encuesta:** La Oficina Asesora de Comunicaciones solicita a la Oficina de Sistemas de Información TIC's, y a través de su subproceso de Gestión de la Información, la cantidad de la muestra, según calculadora institucional. Acto seguido se realiza sistematización de la encuesta en Almera y posteriormente se divulga el vínculo por todos los canales internos de la entidad. Adicionalmente, se realiza articulación con los diferentes líderes y profesionales de enlace para solicitar el apoyo en el diligenciamiento del cuestionario por parte de los equipos de trabajo. Una vez superada la muestra se cierra la encuesta y se procede a realizar la respectiva tabulación y análisis.

El diseño de la encuesta se divide en cinco secciones que miden diferentes aspectos de la comunicación como son: comunicación descendente, comunicación ascendente, comunicación horizontal, comunicación grupal, adherencia a medios de comunicación y adherencia a los mensajes enviados.

#### 7.9.2. Metodología encuesta externa de comunicaciones

**Población Objeto:** usuarios y usuarias mayores de 18 años que sean usuarios de los servicios de la Subred Sur.

**Tipo de investigación:** muestreo probabilístico.

**Tamaño de la muestra:** 1216.

**Nivel de Confiabilidad:** 95% y un margen de error de 5%.

**Universo:** todos los usuarios externos a la Entidad que son mayores de 18 años, que asisten a los servicios asistenciales en cualquiera de las 22 sedes de la Subred Sur.

**Técnica de recolección:** la encuesta externa se aplica con el apoyo de los colaboradores de la Oficina de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano en las 22 sedes asistenciales de la Subred Sur, utilizando la herramienta de encuestas de Almera. También se envía por WhatsApp y correo electrónico a las bases de datos de usuarios y líderes comunitarios.

**Objetivo de la encuesta:** saber el conocimiento de los usuarios frente al nuevo modelo de salud de Bogotá, medir la preferencia en el uso de los medios de comunicación institucionales y el conocimiento de los canales de escucha.

**Lugar de realización de la encuesta:** Bogotá, Colombia. Sedes asistenciales de la Subred Sur, ubicadas en las localidades de Tunjuelito, Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz.

**Metodología de la encuesta:** la Oficina Asesora de Comunicaciones solicita a la Oficina de Sistemas de Información TIC's, y a través de su subproceso de Gestión de la Información, la cantidad de la muestra, según calculadora institucional. Acto seguido se realiza articulación con la Oficina de Atención al Usuario y Participación Social para la aplicación de la encuesta de comunicaciones externas en todas las sedes de la Subred Sur, adicionalmente, la encuesta se divulga mediante los canales de WhatsApp y correo electrónico mediante las bases de datos de usuarios y líderes comunitarios.

La encuesta está dividida en tres momentos:

1. Preguntas que describen las características de los usuarios encuestados.
2. Preguntas que miden el conocimiento y adherencia al modelo de salud y portafolio de la Subred Sur.
3. Preguntas sobre los medios de comunicación institucional.

**7.10. METAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES PARA EL AÑO 2025**

<b>SUB-PROCESO</b>	<b>RESULTADO ESPERADO</b>	<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	<b>FÓRMULA</b>
Interno y Externo	Lograr la meta de la vigencia anterior, respecto a la divulgación del portafolio de servicios, el modelo de salud APS y la plataforma estratégica a los grupos de valor.	Mantener las respuestas satisfactorias de la encuesta sobre la divulgación de portafolio, modelo de atención APS y plataforma estratégica.	Resultado de la encuesta de comunicaciones 2026 / Resultado de la encuesta 2025.
Externo	Aumentar en un 10% sobre la meta de la vigencia anterior respecto a la aparición de la Subred Sur en medios masivos de comunicación.	Fortalecimiento de imagen institucional externa.	Número de notas publicadas en medios masivos de comunicaciones / 277 publicaciones al año
Interno y Externo	Aumentar en un 3% sobre el resultado de la vigencia anterior respecto al fortalecimiento de la imagen institucional.	Fortalecimiento de imagen interna Institucional.	Resultado de la evaluación de la matriz de imagen institucional de 2026 / Resultado de la matriz 2025 (90%).
Externo	Aumentar en un 10% sobre la meta de la vigencia anterior, la aparición de la Subred Sur en medios locales y comunitarios de información.	Socialización de Servicios en canales locales de comunicación.	Número de notas publicadas en medios alternativos de comunicación / 386 notas publicadas en medios alternativos de comunicación
Interno y Externo	Aumentar en un 10% sobre la meta de la vigencia anterior, el acompañamiento a actividades programadas en el marco del modelo de relacionamiento con la ciudadanía por la Oficina de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano durante el año.	Comunicación dirigida al usuario.	Número de actividades de la Oficina de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano apoyadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones / 487 actividades de la Oficina de Participación Comunitaria y Servicio al Ciudadano apoyadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones
Interno	Lograr que la información descendente alcance una cobertura del 95% de los colaboradores encuestados.	Cobertura de información descendente.	Número de colaboradores con información según encuesta / Total de colaboradores encuestados
Interno y Externo	Aumentar en un 5% la meta de la vigencia anterior la realización de actividades relacionadas con acreditación durante el año.	Acciones en acreditación.	Número de actividades realizadas para acreditación 2026 / 267 actividades realizadas para acreditación
Interno	Realizar al 100% la articulación de los procesos institucionales semestralmente para definir las necesidades de comunicación según estructura organizacional.	Porcentaje de procesos articulados para la recepción de necesidades en comunicación.	Número de procesos articulados semestralmente / Total de procesos de la institución

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur E.S.E.; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.



SUB-PROCESO	RESULTADO ESPERADO	NOMBRE DEL INDICADOR	FÓRMULA
Interno y Externo	Aumentar en un 10% la meta de la vigencia anterior respecto a las actividades relacionadas con el impacto de la gestión ambiental al interior de la institución	Porcentaje de actividades realizadas para promover la gestión ambiental.	Número de actividades realizadas 2026 / 279 actividades realizadas
Interno y Externo	Aumentar en un 10% la meta de la vigencia anterior respecto a las actividades en comunicación y divulgación en el marco de las prioridades de salud pública.	Cantidad de articulaciones de acuerdo a las prioridades de salud pública.	Número de actividades realizadas 2026 / 242 actividades realizadas

## 8. BIBLIOGRAFÍA:

1. Secretaría Distrital de Salud (2020). Plan de comunicaciones.
2. Don Tapscott y Anthony D. Williams (Diciembre 2006). Wikinomics (USA).
3. Jorge Aguilera. (Marzo 2008). Gerencia Integral de comunicaciones (Col). Ed. Ecoe Ediciones.
4. Daniel Scheinsohn. (2009). Comunicación Estratégica. Ediciones Granica S.A.
5. Circular No. 001 de 2024, Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital Versión3.
6. Alcaldía Mayor de Bogotá (2024). Lineamientos Red Distrital de Comunicación Interna.
7. Alcaldía Mayor de Bogotá (2024). Manual de Uso de Marca Ciudad Bogotá.

## 9. ANEXOS (Opcional):

- ANEXO 1. PLAN DE TRABAJO INSTITUCIONAL - PECO 2026

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur ESE; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.

**10. CONTROL DE CAMBIOS:**

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
2017-06-08	1	Creación del documento para la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E
2018-08-10	2	Actualización de plan de acción e indicadores.
2019-10-22	3	Actualización del Plan de Comunicaciones teniendo en cuenta el MIPG, el Manual de Comunicaciones del Distrito Capital y la Guía Para La Administración Del Riesgo Y El Diseño De Controles De Entidades Públicas.
2020-12-15	4	Actualización del Plan de Comunicaciones vigencia 2020.
2021-01-27	5	Actualización del Plan de Comunicaciones vigencia 2021, marco normativo, plan de acción e indicadores.
2022-06-02	6	Se actualiza a codificación vigente (Código anterior: CM-CI-PP-01). Actualización del Plan de Comunicaciones vigencia 2022, marco normativo, plan de acción e indicadores.
2023-01-30	7	Se actualiza a plantilla institucional vigente. Actualización del Plan de Comunicaciones vigencia 2023, plan de acción e indicadores.
2024-01-31	8	Se actualiza el Plan de Comunicaciones de acuerdo a vigencia 2024, plan de acción e indicadores. Se actualizan las estrategias de comunicación.
2025-01-31	9	Se actualiza el Plan de Comunicaciones de acuerdo a vigencia 2025, marco normativo, plan de acción e indicadores. Se actualizan las estrategias de comunicación.
2026-01-30	10	Se actualizan las metas del plan de acuerdo a lo establecido para la vigencia 2026.

De conformidad con lo establecido en la Resolución 0295 de 13 de marzo de 2019, en sesión del Comité de Institucional Gestión y Desempeño de la Subred Integrada de Servicios de Salud Sur E.S.E. realizado el **28 de enero de 2026** se aprobó el presente Plan.

ELABORADO POR	REVISADO POR	CONVALIDADO	APROBADO
<b>Nombre:</b> Jenifer Rubiano Sánchez	<b>Nombre:</b> Isleny Ospina Marulanda.	<b>Nombre:</b> Sandra Patricia Alba Calderón	<b>Nombre:</b> Viviana Marcela Clavijo / Isleny Ospina Marulanda
<b>Cargo:</b> Profesional Especializado.	<b>Cargo:</b> Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	<b>Cargo:</b> Referente Control documental – Oficina de Calidad	<b>Cargo:</b> Gerente / Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
<b>Fecha:</b> 2026-01-30	<b>Fecha:</b> 2026-01-30	<b>Fecha:</b> 2026-01-30	<b>Fecha:</b> 2026-01-30

**Nota Legal:** Está prohibido copiar, transmitir, retransmitir, transcribir, almacenar, alterar o reproducir total o parcialmente, por cualquier medio electrónico o mecánico, tanto el contenido, información y texto como los procesos, procedimientos, caracterizaciones, documentos, formatos, manuales, guías, gráficas, imágenes, comunicados, etc., sin el previo y expreso consentimiento por escrito por parte de la Subred Sur ESE; los cuales están protegidos por las normas colombianas e internacionales sobre derecho de autor y propiedad intelectual.