

PLAN DE CAPACITACION 2021

MES	TEMA A TRATAR
ENERO	1. Despliegue campaña de humanización
FEBRERO	1. Despliegue de campaña de humanización 2. Medidas preventivas frente a contagio COVID -19 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Prevención de Cáncer Infantil
MARZO	1. Despliegue de Campaña de humanización 2. Medidas preventivas frente a contagio COVID -19 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih
ABRIL	1. Seguridad del paciente 2. Planificación familiar comportamiento sexual de riesgo 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Humanización 5. Participación social
MAYO	1. Derechos y deberes - Prevencion de estigma y discriminacion 2. Derechos sexuales y reproductivos 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Despliegue de campaña de humanización 5. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
JUNIO	1. Interacciones medicamentosas y alimentarias 2. Resistencia a los antirretrovirales 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Despliegue de campaña de humanización 5. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
JULIO	1. Vacunación 2. Prevencion de ITS: Hepatitis virales 3.Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Despliegue de campaña de humanización 5. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
AGOSTO	1. Tabaquismo, alcohol y consumo de sustancias 2. Alimentación balanceada de personas adultas y niños con diagnostico de VIH y Sida. 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Prevencion de ITS: Virus de Papiloma Humano, Gonorrea, Clamidia, Chancro 5. Despliegue de campaña de humanización 6. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
SEPTIEMBRE	1. Violencia de genero, abuso sexual y maltrato infantil 2. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 3. Despliegue de campaña de humanización 4. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
OCTUBRE	1. Educación en Salud: Prevención del Cancer de mama y Cancer de testiculos. 2. Uso correcto del preservativo: Prevención de ITS 3. Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 4. Prevención de ITS: Sifilis 5. Despliegue de campaña de humanización 6. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
NOVIEMBRE	1. Infecciones oportunistas 2.Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 3. Despliegue de campaña de humanización 4. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19
DICIEMBRE	1.Inducción a la realización de Prueba rapida de vih 2.Despliegue de campaña de humanización 3. Medidas preventivas frente a contagio de COVID -19 4. Participación social

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

1. INTRODUCCION

La Alta Dirección de la FUNDACIÓN SIAM, ha determinado la importancia de las comunicaciones dentro del proceso de gestión de la organización, como una herramienta que contribuye a fomentar la integración, motivación y desarrollo personal de los colaboradores (comunicación interna); y, por otro lado, a generar conocimiento y credibilidad entre la opinión pública (comunicación externa).

La comunicación interna, permite la transmisión de mensajes corporativos e informar sobre lo que ocurre dentro de la organización, promoviendo y estableciendo una línea de comunicación eficaz entre todos los colaboradores de la organización, la Alta Dirección y las diferentes de Sedes.

En este contexto, este plan de comunicación pretende definir la línea base de acción y criterios de comunicación para tener en cuenta, con el propósito de establecer un mejor uso de los actuales canales de comunicación, con la eliminación de las barreras existentes.

2. ALCANCE

Este documento aplicará a todos los procesos de socialización de la organización, definido por su cobertura: ya sea a nivel general (toda la organización) o específico (por sede particular), contemplando todos los clientes de la organización, sus canales y el mensaje.

3. DEFINICIONES

- **Cliente:** público objetivo a quien va dirigido el mensaje o la información.
- **Plan de Comunicaciones:** programa estructurado en el cual se alinean las diferentes actividades y acciones comunicativas de la organización con su política y objetivos estratégicos.
- **Comunicación Interna:** La comunicación interna es el conocimiento exhaustivo de las necesidades de la comunidad Institucional, canales de comunicación difundidos por la organización, en su interior, que canalizan la necesidad de información en el personal. Gran parte del cumplimiento de metas dentro de una Institución depende del manejo de la comunicación y del equipo detrás de la misma.
- **Comunicación Externa:** Es el vínculo funcional que la institución establece con sus usuarios, clientes externos, los sectores de gobierno y actores de la sociedad civil, en su conjunto, vinculados con la producción social de salud, con la finalidad de fortalecer los procesos de mejoramiento continuo de la calidad para la prestación de servicios integrales de salud individual y

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

colectiva; para el desarrollo de esta, es necesario el uso de diversos medios de comunicación, los cuales son usados como herramienta de difusión de información a la comunidad en general.

- **Alta dirección:** Persona o grupo de personas del máximo nivel jerárquico que dirigen la entidad.
- **Archivo electrónico:** Es el conjunto de documentos electrónicos, producidos y tratados archivísticamente, siguiendo la estructura orgánico-funcional del productor, acumulados en un proceso natural por una persona o institución pública o privada, en el transcurso de su gestión.
- **Campaña de comunicación:** Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema específico, comprende etapas de estructuración de la estrategia de comunicación, definición de tácticas, construcción de mensajes, diseño de piezas y puesta en marcha del plan
- **Carteleras digitales:** Conjunto de monitores o pantallas que se encuentran sincronizadas para mostrar contenidos, simulando una pantalla de tamaño gigante.
- **Comunicación efectiva:** La información que se le brinde a los colaboradores internos, partes interesadas y grupos de valor, debe ser breve, clara, asertiva y empática. Para desarrollar una comunicación efectiva es necesario que el receptor del mensaje comprenda el significado y la intención de lo que se está comunicando.
- **Comunidad hospitalaria:** Público interno de la entidad que incluye a contratistas, usuarios, pacientes, proveedores y todos los grupos de interés.
- **Correo electrónico:** Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir información.
- **Diagnóstico comunicacional:** Fase del plan de comunicaciones que permite conocer las necesidades de información y comunicación de la ciudadanía, partes interesadas, grupos de interés y de valor, identificar sus fuentes y definir una estructura para su procesamiento y socialización.
- **Documento electrónico de archivo:** Es el registro de información generada, recibida, almacenada y comunicada por medios electrónicos, que permanece en estos medios durante su ciclo vital; es producida por una persona o entidad debido a sus actividades y debe ser tratada conforme a los principios y procesos archivísticos.
- **Estrategia de comunicación:** Conjunto de decisiones y acciones relativas a la elección de los medios y articulación de los recursos con miras a lograr un objetivo, la estrategia se completa a través de los planes.
- **Evento:** Es un acto que sirve a la institución para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/tema, de esta forma se genera vínculo entre el Hospital y los grupos de interés y de valor.
- **Grupos de interés:** Individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

Comprende, entre otros, instancias o espacios de participación ciudadana formales o informales.

- **Medio de comunicación:** Herramienta que permite que haya interacción, diálogo o retroalimentación del mensaje entre dos o más personas. Ejemplos: reuniones, comités, visitas guiadas, talleres etc.
- **Medio de información:** Herramienta que permite comunicar sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, videos etc.
- **Noticias:** Relato informativo usado para divulgar acontecimientos o sucesos importantes para una comunidad. La noticia obedece a una estructura de acuerdo con el medio de información que se use.
- **Pieza de comunicación:** Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción filmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje.
- **Plan institucional de comunicaciones:** Documento que contiene la descripción de las actividades y los medios de comunicación adecuados para divulgar la información, dependiendo del público objetivo.
- **Portal institucional:** Es un sitio web que ofrece al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios relacionados a un mismo tema. Incluye: enlaces, buscadores, foros, documentos, aplicaciones, etc. Principalmente un portal en Internet está dirigido a resolver necesidades de información específica de un tema en particular.
- **Registro audiovisual:** Son los momentos en movimiento grabados por una vídeo cámara.
- **Registro filmico:** Son los momentos en movimiento grabados por una vídeo cámara.
- **Registro fotográfico:** Son las imágenes de momentos, lugares, actividades etc., tomadas por una cámara de fotografía.

4. CONDICIONES GENERALES

La socialización de la información tiene como base, estandarizar un procedimiento que permita garantizar dicha socialización a todos las sedes y clientes de la organización.

Así como, definir el control y seguimiento de las actividades y canales de despliegue, su evaluación, y retroalimentación, determinando el alcance del resultado propuesto.

Este procedimiento deberá registrarse en su totalidad por cada uno de los responsables de socialización de la información, con el propósito de mantener un registro continuo del control y seguimiento de las actividades y canales utilizados, a fin de determinar su efectividad.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

5. OBJETIVOS Y VENTAJAS DE LA COMUNICACIÓN

Objetivos	Ventajas
Mejorar la comunicación entre los profesionales y promover su participación.	Mejora de la eficiencia y la participación de todas las personas.
Contribuir a construir la identidad corporativa.	Mejora de relaciones entre los niveles jerárquicos.
Promover el conocimiento de la Gerencia.	Disminución de la confidencialidad mal entendida (rumores).
Impedir el bloqueo interdepartamental.	Mejora el clima laboral.

1 Fuente propio SIAM. 2023

6. FLUJOS DE COMUNICACIÓN

Consideraremos flujos de información al recorrido que realizan los contenidos que se transmiten. Podemos diferenciar, por tanto:

Tipo	Objetivos	Beneficios
Ascendente	Se origina en un nivel jerárquico inferior y se dirige a un superior.	<ul style="list-style-type: none"> • Permite conocer el clima laboral. Contribuye a estimular la creatividad de los trabajadores. • Aumenta el compromiso con la organización. • Mejora la calidad de las decisiones.
Descendente	Nace en un nivel jerárquico superior y se dirige a un nivel inferior.	<ul style="list-style-type: none"> • Proporciona información detallada a las personas sobre lo que tienen que hacer. • Previene malentendidos y diferentes interpretaciones. • Genera confianza respecto a los superiores.
Horizontal	Entre líderes de proceso, del mismo nivel o entre los componentes de un grupo de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece un canal directo en la coordinación y solución de problemas en la organización. • Favorece el trabajo en equipo.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

7. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNO EXISTENTES

Canal	Formal	Informal	Oral	Escrito	Online	Objetivo
Comunicados	X			X		Comunicación entre todos los miembros de la Organización.
Teléfono		X	X			Impedir el bloqueo entre sedes. Fluidez en la comunicación Efectividad en la entrega de información.
Correo Electrónico	X	X		X		Potenciar la comunicación interna. Será la columna vertebral de la comunicación. Aprovechar la inmediatez de este canal y su reducido costo. Posibilitar la transmisión de la información de manera simultánea y masiva. Evidencia.
Página Web	X			X	X	Incrementar la accesibilidad. Ofrecer información de los servicios. Promover la participación.
Cartelera	X			X		Informar a los colaboradores.
Entrevista	X		X			Recabar y/o intercambiar información.
Reuniones de Trabajo	X	X	X			Favorecer las relaciones interpersonales y fomentar la participación. Tomar decisiones de forma consensuada. Facilitar la planificación de actividades desarrolladas o pendientes de abordar. Reducir las barreras propias de la comunicación.
Sesiones Informativas	X		X	X		Compartir el conocimiento. Potenciar la motivación y el reconocimiento.

7.1. Cómo seleccionar el canal más adecuado

La comunicación escrita y la gráfica, como los informes, comunicados, publicaciones o folletos, son claros y precisos, y proporcionan un registro permanente. La principal forma de comunicación será el correo electrónico ya que además de fácil, permanente, inmediato, de bajo costo, deja evidencia para el

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

seguimiento, sin embargo, no es el único ni exclusivo y todos los demás medios de comunicación son complementarios.

La comunicación por teléfono, radio teléfono y la comunicación oral y personal (reuniones, sesiones informativas, rondas), ofrecen la ventaja de una retroalimentación inmediata.

Al seleccionar el medio apropiado, se deberá decidir si lo más importante es la claridad, la urgencia, la necesidad de registro o la retroalimentación.

8. RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN

El responsable del plan de comunicaciones de la organización será la Dirección General, el cual será el puente entre la Alta Dirección, sedes y clientes internos de la organización.

Su actividad principal será la de integrar, diseñar, coordinar y ejecutar estrategias de comunicación, a través de criterios establecidos con el propósito de cumplir con los objetivos y políticas de comunicación acordadas.

Igualmente, tendrá como responsabilidad de coordinar todos los contenidos referentes a la actualización de los medios de comunicación internos. Como también, generar estrategias para motivar a los colaboradores en la construcción de contenidos y herramientas de comunicación.

9. ACTIVIDADES DEL RESPONSABLE DE COMUNICACIÓN

- Gestionar el desarrollo y ejecución del programa de comunicación interna de la FUNDACIÓN SIAM.
- Diseñar estrategias de comunicación interna, que contribuyan a mejorar el clima y ambiente organizacional, generando compromiso y satisfacción en la Alta Gerencia, personal administrativo, asistencial y operativo.
- Gestionar y supervisar todos los procedimientos, flujos y canales de comunicación interna, con el fin de mejorar todos los procesos de transmisión de información.
- Mantener informado a todos los colaboradores de la FUNDACIÓN, las diversas actividades y acontecimientos de los diferentes procesos de esta, de forma clara, precisa y oportuna.
- Informar constantemente para evitar el rumor.
- Supervisar el desarrollo de cada una de las acciones y actividades de comunicación.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

El responsable de comunicación de la organización como supervisor general de la misma, tendrá una estructura de colaboradores que permitirá delegar en ciertos líderes de la organización, la supervisión de algunos proyectos o campañas de comunicación, como también el control y seguimiento de algunos canales y actividades. Así, se contempla la siguiente estructura:

Los líderes de comunicación tendrán las siguientes funciones:

- Ser facilitadores e intermediarios de información en todos los sentidos de la organización.
- Fomentar la integración de todo el personal interno de la FUNDACIÓN SIAM, director, administrativo y asistencial sin importar su posición en la escala jerárquica, con el fin de mejorar la cultura organizacional.
- Promover la comunicación bidireccional de forma eficaz, siendo mediadores de comunicación entre directivos y operarios.
- Ser mediadores de la información interna de los procesos y actividades que se desarrollan al interior de la organización, y afecte directa o indirectamente a la FUNDACION SIAM, con el fin de informar al personal de forma efectiva y en el momento indicado.
- Hacer partícipes a todos los colaboradores de la FUNDACION SIAM de los medios de comunicación internos existentes, para una mejor fluidez de la información.

10. METODOLOGÍA

El director general deberá definir los criterios de comunicación de diseño, contenido e implementación de los requerimientos, campañas o proyectos de comunicaciones, teniendo en cuenta las necesidades determinadas por cada uno de las sedes y generales de la organización.

11. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

• **Identificación de la información de socialización**

Este procedimiento se inicia con la identificación de la información a socializar que puede originarse en cualquier punto de la organización.

Cuando se identifica la necesidad de socializar una información, es necesario que la fuente de origen defina claramente, el mensaje a informar, su alcance dentro de la organización (clientes a quién va dirigido), canales a utilizar, quienes son las sedes o colaboradores involucrados, el tiempo a ejecutar y la meta a cumplir.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

- **Despliegue de la Socialización**

Se procede al despliegue de la información a partir de las actividades y cada uno de los canales comunicativos establecidos para dicho fin. Si es necesario, se definen líderes o responsables de comunicación para cada una de las actividades y canales.

- **Control y Seguimiento de la Socialización**

El responsable de la socialización de la información deberá hacer control y seguimiento, para constatar de su ejecución y cumplimiento.

La comunicación se realizará en tres vías:

- Comunicación emanada de los representantes legales de SIAM o de CALMARK, lo ideal es hacerlo por intermedio de los líderes de proceso: (Comunicación descendente)
 - cuando se trate de normativas mediante el software institucional los líderes responderán haber recibido y ellos serán los responsables de enviarlas a todo el personal que dependa logísticamente de cada líder e informar que la socialización se realizó enviando las cartas de compromisos que aparecen al final de cada normativa.
 - Esto permitirá que, al ingresar una persona nueva, incluyamos las normativas en la inducción, además si vemos que alguien no cumple se le recuerda que a través de normativa No XX de fecha XX se le dieron instrucciones sobre XX tema. Independiente de la carpeta se debe llevar listado de recibido firmado en físico que sirva de constancia.
 - Cuando se trate de comunicaciones urgentes o prioritarias a los líderes de proceso, sin descartar la vía de correo electrónico podrán utilizar vías alternas definidas como Skype, intranet, telefónica, personal voz a voz, si el tema que motiva este tipo de intervención requiere de evidencia esta se dejara con posterioridad, de lo contrario bastara con la ejecución o realización de las recomendaciones o solicitudes expresadas por los representantes legales y líderes máximos de la organización.
 - En caso de comunicación por vía de reuniones dentro o fuera de la sede con los líderes de programas se debe dejar evidencia por medio de acta que será remita a calidad para llevar el consecutivo de las mismas, en ellas deberá seguirse el formato de actas que hace parte del SGC, se dejara una copia en la sede que se suscita la reunión.
 - Además de lo anterior podrá como complemento utilizar los demás medios de difusión y reforzamiento como el uso de carteleras, página Web y demás medios mencionados como válidos para la comunicación.
 - Aquellas comunicaciones que no están encaminadas a ser socializadas surtirán tramite interno solo entre los líderes y los representantes legales guardando la confidencialidad que a cada uno corresponde.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

- Cualquier otro tipo de comunicaciones, tramites del día a día, solución a las necesidades que se requieran, cualquiera de los representantes podrá solicitarla de manera directa o por medio de los lideres de proceso por cualquiera de las formas de comunicación aquí descritas, idealmente utilizando la vía de correo electrónico por la ventaja de dejar evidencia.
- Cuando los Lideres de proceso son quienes emiten de manera descendente una normativa o requieren de comunicarse con sus dependientes se observará el mismo procedimiento solo que se omite la intermediación de los lideres de proceso ya que son ellos directamente quienes la están realizando.
- La Comunicación emanada de los líderes de proceso entre ellos mismos ya sea de SIAM o de CALMARK: (Comunicación Horizontal)
 - cuando se trate de normativas o solicitudes o en general comunicación interdisciplinaria se realizará mediante correo electrónico que los otros líderes responderán haber recibido.
 - Cuando se trate de comunicaciones urgentes o prioritarias entre los lideres de proceso, sin descartar la vía de correo electrónico podrán utilizar vías alternas definidas como Skype, intranet, telefónica, personal voz a voz, si el tema que motiva este tipo de intervención requiere de evidencia esta se dejara con posterioridad, de lo contrario bastara con la ejecución o realización de las recomendaciones o solicitudes expresadas por los representantes legales y lideres máximos de la organización.
 - En caso de comunicación por vía de reuniones dentro o fuera de la sede entre los lideres de programas se debe dejar evidencia por medio de acta que será remita a calidad para llevar el consecutivo de las mismas, en ellas deberá seguirse el formato de actas que hace parte del SGC, se dejara una copia en la sede y cada uno de los lideres participantes de la reunión.
 - Además de lo anterior podrá como complemento utilizar los demás medios de difusión y reforzamiento como el uso de carteleras, página Web y demás medios mencionados como válidos para la comunicación.
 - En todo caso este tipo de comunicaciones deben enviar copia según el caso y pertinencia a los representantes legales de la organización con fines de conocimiento y eventual intervención si ellos lo consideran necesario o pertinente.
 - La comunicación entre funcionarios de diferentes sedes, así sean del mismo rango deben realizarla por intermedio de los lideres de proceso sin excepción.
 - Se debe llevar y guardar archivo de todas estas comunicaciones en carpeta individualizada.

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

- La Comunicación emanada de los dependientes a los líderes de proceso ya sea de SIAM o de CALMARK: (Comunicación Ascendente)
 - cuando se trate de solicitudes, informes o en general comunicación como producto de respuesta a solicitudes, requerimientos o necesidad de comunicarse con los líderes de programa se realizara mediante correo electrónico que los líderes responderán haber recibido.
 - Si requieren comunicación con los representantes legales lo ideal es hacerlo por medio de los líderes de proceso, sin embargo, si se trata de una situación que requiere tramite directo podrán hacerlo y el representante legal de las entidades decidirá si le da tramite directo o por medio de sus líderes de programa.
 - Cuando se trate de comunicaciones urgentes o prioritarias con los líderes de proceso, sin descartar la vía de correo electrónico podrán utilizar vías alternas definidas como Skype, intranet, telefónica, personal voz a voz, si el tema que motiva este tipo de intervención requiere de evidencia esta se dejara con posterioridad, de lo contrario bastara con la ejecución o realización de las recomendaciones o solicitudes expresadas por los representantes legales y líderes máximos de la organización.
 - En caso de comunicación por vía de reuniones dentro o fuera de la sede entre los líderes de programas se debe dejar evidencia por medio de acta que será remita a calidad para llevar el consecutivo de las mismas, en ellas deberá seguirse el formato de actas que hace parte del SGC, se dejara una copia en la sede y cada uno de los líderes participantes de la reunión.
 - Además de lo anterior podrá como complemento utilizar los demás medios de difusión y reforzamiento como el uso de carteleras, página Web y demás medios mencionados como válidos para la comunicación.
 - En todo caso este tipo de comunicaciones deben enviar copia según el caso y pertinencia a los representantes legales de la organización con fines de conocimiento y eventual intervención si ellos lo consideran necesario o pertinente.
 - La comunicación entre funcionarios de diferentes sedes, así sean del mismo rango deben realizarla por intermedio de los líderes de proceso sin excepción.
 - Se debe llevar y guardar archivo de todas estas comunicaciones en carpeta individualizada. Parágrafo: Se debe propender por la creación de correos institucionales a todos los miembros de la organización con el fin de garantizar que, al salir un funcionario de la organización, la información permanece en él. Se exceptúan por obvias razones los representantes legales de la organización, aunque se recomienda como política de calidad que ellos tengan también correos institucionales

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

para este tipo de comunicaciones entre funcionarios y líderes de proceso.

Para todos los efectos los detalles de estandarización de documentos externos se describen en el instructivo DE-IN-001 V1 de comunicación interna y externa.

- Comunicaciones a los usuarios en el entorno de la política de participación social en salud. Para efectos de las estrategias de comunicaciones externas en particular con las definidas al respecto, la Alta Dirección a determinado que se utilizaran las estrategias desde la identificación de necesidades de información a través del formato plan de comunicaciones que será revisado anualmente por los equipos de trabajo de cada proceso y consolidado antes de finalizado el primer trimestre de la siguiente vigencia para su cargue efectivo en plataforma de los entes de control.
- Una vez identificada las necesidades éstas serán implementadas por el líder designado por la Dirección General aportando la matriz de seguimiento definida por el ente de control, adjuntado evidencias antes del primer trimestre de la vigencia comprometida para lo cual se crea archivo plano por cada variable del plan acorde al alcance y sedes activas de la organización.
- En relación con las estrategias aprobadas para el plan de participación social se han determinado las siguientes por ejes a saber así:
 - **Eje estratégico Fortalecimiento institucional para la garantía del derecho a la participación:** Visibilizar y posicionar la PPSS en la entidad con acciones de comunicación interna:
 - Generar contenidos relacionados con la PPSS.
 - Diseñar piezas comunicativas (Infografías, videos, etc.)
 - Definir canales Intranet, carteleras, protectores de pantalla, video pantallas u otras con los que cuente la entidad. - Divulgar y difundir el material diseñado.
 - Definir espacios internos para socializar la PPSS (cronograma y temáticas)
 - Definir mesas de trabajo y cronogramas conjuntos entre áreas que articulen e integren la participación social sobre la base del enfoque diferencial, para promover su apropiación. Definir protocolos, herramientas o mecanismos comunicativos y pedagógicos para la incorporación del enfoque diferencial en los espacios participativo.
 - **Eje estratégico Empoderamiento de la ciudadanía y las organizaciones sociales.** Propiciar el empoderamiento ciudadano, a través de contenidos y herramientas comunicativas para el ejercicio del derecho a la participación:
 - Contar con Micrositio para la PPSS. Definir y diseñar estructura y contenidos para visibilizar las iniciativas de la comunidad -

	PLAN DE COMUNICACIONES	Código: DE-PI-001
		Versión: 004
		Implementación: 02/03/2023

organizaciones sociales, buenas prácticas participativas, etc., con boletines, destacados en la página web de la entidad.

- Definir parrilla de contenidos y programación propia. - TICS: Diseñar y ejecutar campaña para incentivar a las comunidades en la generación de contenidos a través de las TICS, para su divulgación en los medios institucionales y comunitarios, pueden ser historias y testimonios cortos, reportajes fotográficos, entrevistas, hechos destacables o news, entre otros.
- Capacitar a líderes para el desarrollo de competencias comunicativas.
- **Eje estratégico Cultura de la salud:** Posicionar estrategias de Promoción y prevención y la participación como elemento clave, integrado a los procesos de salud:
 - Diseñar estrategia IEC en la lógica del plan de comunicaciones
 - Definir plan de contenidos con temáticas y datos de salud: Promoción y prevención.
 - Desarrollar contenidos pedagógicos y mensajes relacionados con la cultura de bienestar y salud, espacios de participación y educación, en coordinación con las áreas respectivas.
 - Generar material IEC: Diseño de piezas y material de edu-comunicativo.
- **Eje estratégico Gestión y garantía de la salud:** Informar y divulgar procesos de la PPSS y sus resultados:
 - Campaña de expectativa: Sensibilizar a la ciudadanía para su involucramiento en los procesos de decisión (promover la participación en los espacios).
 - Definición de contenidos y diseño de material comunicativo.
 - Acciones de edu-comunicación que integren información y conocimientos sobre el derecho que tiene la comunidad a participar y apropiarse de estos espacios. material entregable, etc.
- **Eje transversal. Uso y apropiación de nuevas tecnologías de la información y la comunicación:** Gestión del cambio y nuevas formas de operar la PPSS desde la virtualidad.
 - Escenarios de acción para posicionar la comunicación e interacción digital y virtual.
 - Asistencias técnicas y Espacios de participación e interacción en todos los niveles.

Finalmente, y en relación con implementación, serán revisados de forma anual acorde al alcance normativo o modificaciones a las mismas, así como la capacidad técnico-administrativa de la IPS en cada vigencia por sede activa.