	GESTIÓN DE CONTRATACIÓN	Hoja 1 de 1	
E.S.E. HSJD FLORIDABLANCA	FORMATO CUENTA DE COBRO	Versión :01	Código: FGCT-01

CUENTA DE COBRO Nro. 03
CONTRATO Nro. 120

LA EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA
NIT 890.202.024-3

DEBE A:
SILVIA LORENA HERNÁNDEZ LEÓN
C.C. Nro. 1.032.440.410 de Bogotá

POR CONCEPTO DE:

PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES "Prestación de servicios profesionales como comunicador (a) social para dar apoyo y soporte al Hospital San Juan de Dios de Floridablanca, en la recolección, creación y difusión de contenidos requeridos por la institución. PARA LA E.S.E. HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA DE CONFORMIDAD CON EL CONTRATO NRO. 120 – 2024.

VALOR A PAGAR:
CINCO MILLONES DOSCIENTOS MIL PESOS M/CTE
($ 5.200.000)

PERIODO DE PAGO:
Del mes de Diciembre 2024

PAGO CON TRANSACCIÓN BANCARIA:
BANCO: Banco de Bogotá
TIPO DE CUENTA: Ahorros
N° CUENTA: 203783311
TITULAR: Silvia Lorena Hernández León

PAGO EN EFECTIVO: ☐

Silvia Lorena Hernández León
NOMBRE COMPLETO DEL CONTRATISTA
C.C. Nro. 1.032.440.410 de Bogotá

INFORME DE EJECUCIÓN ACTIVIDADES Y SUPERVISIÓN

ASUNTO: INFORME DE CUMPLIMIENTO OBLIGACIONES CONTRACTUALES DEL CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS N°. 120-2024

Tipo de Informe	**Parcial**		**Final**	**X**
Número de contrato	120 - 2024			
Fecha del contrato	21 de Octubre de 2024			
Contratista	Silvia Lorena Hernández León			
Identificación del contratista	1.032.440.410			
Objeto del contrato	"PRESTACION DE SERVICIOS PROFESIONALES COMO COMUNICADOR (A) SOCIAL PARA DAR APOYO Y SOPORTE AL HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA, EN LA RECOLECCIÓN, CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA INSTITUCIÓN"			
Anticipo del contrato	N/A			
Valor del contrato	TRECE MILLONES M/CTE ($13.000.000)			
Valor adicional Nro. 01	N.A.			
Plazo de ejecución	El plazo de ejecución será hasta el 31 de DICIEMBRE de 2024, previo cumplimiento de los requisitos de perfeccionamiento y ejecución			
Plazo adicional Nro. 01	N.A.			
Nro. CDP:	**CONTRATO: 00000553**	ADICIÓN 01: N/A	ADICIÓN 02: N/A	
Nro. RP:	CONTRATO: **00000536**	ADICIÓN 01: N/A	ADICIÓN 02: N/A	
Fecha de inicio:	21/10/2024			
Póliza Nro.	NB-100350731			
Acta de suspensión:	N/A			
Acta de reiniciación:	N/A			
Nueva Fecha de terminación efectiva:	31 DE DICIEMBRE 2024			
Nombre del supervisor:	**ALEXANDRA GARCÍA ESPARZA** - Subgerente			
Periodo del presente pago	DESDE: 01/12/2024	HASTA: 31/12/2024		
Valor a pagar por el presente informe	$5.200.000			

En la ciudad de Floridablanca, en el mes de Diciembre del año Dos Mil Veinticuatro (2024), se reunieron las Doctoras **YAMILE TOLOZA GAMBOA**, **ALEXANDRA GARCÍA ESPARZA**, en calidad de **SUPERVISORA** Y **SILVIA LORENA HERNÁNDEZ LEÓN**, quien comparece a nombre propio en calidad de Contratista, para suscribir el presente informe de actividades y supervisión, de acuerdo con las condiciones establecidas en el contrato. Una vez revisada la documentación suministrada por el contratista y/o supervisor con relación a la ejecución del contrato se observa que las actividades representativas realizadas durante el periodo mencionado son las siguientes:

1. GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES ESPECIFICAS

ÍTEM	OBLIGACIÓN / ALCANCE	ACTIVIDADES REALIZADAS	EVIDENCIAS
1	Apoyar en la creación y ejecución del Plan Estratégico de comunicaciones de la gerencia de la E.S.E. San Juan de Dios de Floridablanca.	Se presento el plan estratégico a la gerente con el fin de llevar a cabo cada uno de los objetivos a corto, mediano y largo plazo del posicionamiento del hospital dentro del sector salud, adicionalmente hacer cada una de las campañas para el crecimiento del hospital y difusión de la información de interés a la comunidad.	Documental: se llevó impreso, se hizo algunos ajustes acordes a las necesidades. Electrónico: adjunto con las demás evidencias en el documento de Word.

ÍTEM	OBLIGACIÓN / ALCANCE	ACTIVIDADES REALIZADAS	EVIDENCIAS
2	Administrar las redes sociales de la entidad, generando contenido para publicar.	Semana a semana se suben publicaciones a las redes sociales, que se pueden ver en el feed Instagram, en la fan page, adicional se hace material para subir a las historias de Instagram para mover las redes. El número de publicaciones en redes es superior, con el fin de posicionar al hospital dentro del gremio de la salud del municipio de Floridablanca.	DOCUMENTAL: redes sociales ELECTRÓNICO: adjunto con las demás evidencias en el documento de Word.
3	Realizar acompañamiento, producción y edición de los contenidos audiovisuales de las diferentes actividades adelantadas en la ESE SAN JUAN DE DIOS DEFLORIDABLANCA cuando sea requerido por algún área del hospital.	Semana a semana se hace recolección de material de las diferentes áreas del hospital, que requiere: videos y fotos para la edición del mismo y finalmente la publicación de ese material en las diferentes redes, adicionalmente se hace acompañamiento presencial a las áreas requeridas para ayuda y colaboración en eventos externos e internos. También durante este mes me solicitaron algunas piezas graficas para la difusión de la información.	Electrónico: se adjunta evidencias en el documento con las demás evidencias.
4	Asistir a reuniones convocadas por la gerencia para seguir los lineamientos del manejo de las comunicaciones.	De acuerdo a los requerimientos de la gerente asisto a las reuniones en las cuales me cita en la oficina para darme indicaciones y cubrir necesidades e indicaciones específicas para el manejo de redes y comunicación.	DOCUMENTAL: actas y de las reuniones también salen fotos que se utilizan en las redes para socializar la gestión de la administración actual del hospital. ELECTRÓNICO:
5	Realizar las comunicaciones internas y externas que se requieren por parte de las diferentes áreas de la entidad.	Se han hecho los comunicados requeridos para la publicación de los mismos. Durante diciembre, pensando en el fortalecimiento de las comunicaciones externas se han creado vínculos con entidades municipales que permiten el crecimiento y posicionamiento del hospital dentro de la comunidad Floridеña y dentro del sector salud.	Documental: página web y redes
6	Apoyar al equipo de sistemas en la producción de piezas publicitarias, artículos, comunicados y demás contenido, a fin de actualizar la página web de la entidad.	De acuerdo a las necesidades de las diferentes áreas del hospital, me he puesto en contacto con cada uno de los encargados de dichas áreas para crear las piezas que me han solicitado. Se han publicado piezas con información pertinente para la comunidad, piezas informativas.	Electrónico: redes sociales
7	Apoyar la actualización y administración del portal de noticas dispuesto en la página web, y en las redes sociales de la ESE, de acuerdo a los requerimientos por el hospital, con información de interés para la comunidad.	La actualización de la pagina web se ha hecho de acuerdo a la información y eventos de interés realizados por la ESE.	Electrónico: pagina web y redes sociales.
8	Elaborar el informe de gestión a la gerencia del plan de comunicación interno y externo.	Se realizó el plan inicial de comunicaciones, el cual se ha venido modificando, porque se ha agregado información relevante para el buen desarrollo del mismo. El plan de gestión está dispuesto para explicar que se ha hecho durante el mes, para seguir una línea clara de trabajo.	Documental: Plan de comunicaciones y plan de gestión
9	Presentar con periodicidad ante el supervisor del contrato el plan de comunicaciones.	El plan de comunicaciones se presentó ante la gerencia, de acuerdo a los requerimientos, el mes pasado tuvo unos ajustes, para este mes de diciembre se replantearon algunos cambios en cuanto a visibilidad con campañas con la gobernación de Santander.	Plan de comunicaciones en físico

ÍTEM	OBLIGACIÓN / ALCANCE	ACTIVIDADES REALIZADAS	EVIDENCIAS
10	Actuar como enlace entre los medios de comunicación y/o la ESE, así como el suministro de la información que soliciten atendiendo la política de las comunicaciones internas cuando sea requerido por el supervisor.	Por el momento he atendido cada uno de los llamados tanto de gerencia, como la de la subgerencia con el fin de dar respuesta a las necesidades por parte de las redes y pagina web.	Documental: redes y página web

2. BALANCE FINANCIERO:

RELACIÓN Y BALANCE		
VALOR INICIAL DEL CONTRATO	$13.000.0000	
VALOR ADICIONAL DEL CONTRATO	$ 0	
ANTICIPO		$ 0
VALOR EJECUTADO		$13.000.000
VALOR A PAGAR		$5.200.000
SALDO SIN EJECUTAR		$0
SUMAS IGUALES	$13.000.000	$13.000.000

Forma de pago: La E.S.E. Hospital San Juan de Dios de Floridablanca pagará al contratista el valor del contrato en **SEIS (06) PAGOS MENSUALIDADES VENCIDAS**, por la suma de **SEIS MILLONES DE PESOS M/CTE ($6.000.000)** cada uno, previa presentación del informe de ejecución de actividades debidamente avalado por el supervisor, la cuenta de cobro y/o facturas debidamente radicadas por la prestación de los servicios del contratista debidamente avaladas por el Supervisor, dentro de los noventa (90) días siguientes a la radicación de la factura, con la respectiva constancia y/o certificación del cumplimiento del objeto contractual suscrita por el supervisor técnico, igualmente deberá anexar certificación de pago de aportes parafiscales relativos al Sistema de Seguridad Social Integral, así como los propios del SENA, ICBF y cajas de compensación familiar cuando corresponda y estampillas a que hubiere lugar. El término establecido en la presente cláusula quedará sujeto a la disponibilidad de recursos en caja. El último pago que se efectúe por parte de la ESE al contratista estará sujeto a la suscripción del acta de liquidación correspondiente. **PARÁGRAFO 1:** En el caso de presentarse inconsistencias o requerimientos por parte de la E.S.E. el término para el pago sólo empezará a contarse a los treinta (30) días siguientes a la presentación de la nueva factura, una vez solucionada la glosa o solicitud. Las demoras que se presenten por estos conceptos serán responsabilidad del CONTRATISTA, quien, por este instrumento, renuncia expresamente al pago de cualquier tipo de intereses y/o indexación o valores de clase o naturaleza alguna. **PARÁGRAFO 2:** El monto a pagar estará sujeto al grado de ejecución de la cobertura contratada de acuerdo a la certificación del supervisor y la interventoría técnica y financiera.

Forma de pago de la Adición: N/a

C E R T I F I C O Q U E:

De acuerdo con las condiciones establecidas en el Contrato Nro. 059 de 2024 y una vez revisada la documentación y el informe suministrado por la Contratista con relación al desarrollo y ejecución del mismo, durante el periodo reportado, se dio cumplimiento a las actividades del contrato y el objeto contractual.

Así mismo, se deja constancia que se verificó el cumplimiento de las obligaciones del Contratista frente a los aportes al Sistema de Seguridad Social, caja de compensación familiar, ICBF, SENA, de conformidad con el artículo 50 de la ley 789 de 2002, y que la seguridad social presentada corresponde al presente contrato, de acuerdo al Decreto 1273 del 2018:

Se adjunta evidencia de los aportes al sistema general de seguridad social en los siguientes términos:

APORTE A SALUD	Periodo de cotización	Diciembre
	Fecha de pago	10 Diciembre de 2024
	Nro. de Planilla	7951116658
	Nro. Clave de Pago	7951116658
	Ingreso Base de Cotización	2.080.000
	Valor cotizado	260.000
	EPS	SANITAS
APORTE A PENSIÓN	Periodo de cotización	Diciembre
	Fecha de pago	10 Diciembre de 2024
	Nro. de Planilla	7951116658
	Nro. Clave de Pago	7951116658
	Ingreso Base de Cotización	2.080.000
	Valor cotizado	332.800
	Fondo de Pensiones	PORVENIR
APORTE A.R.L.	Periodo de cotización	Diciembre
	Fecha de pago	10 Diciembre de 2024
	Nro. de Planilla	7951116658
	Nro. Clave de Pago	7951116658
	Ingreso Base de Cotización	2.080.000
	Valor cotizado	50.700
	A.R.L.	positiva

OBSERVACIONES:

La contratista ha ejecutado a entera satisfacción las actividades propias de su objeto contractual, conforme al informe de actividades y las evidencias reportadas.

Nota: Se deja constancia que la supervisión de las actividades realizadas del 01 al 09 de diciembre de la presente anualidad, fueron supervisadas por la SubGerente saliente, la Doctora **YAMILE TOLOZA GAMBOA.**

Y las actividades realizadas del 10 al 31 de diciembre de la presente anualidad, fueron supervisadas por la nueva SubGerente, la Doctora **ALEXANDRA GARCÍA ESPARZA.**

Por lo anterior, se deja constancia que la información suministrada en el presente informe es veraz y cumple con los parámetros establecidos en la ejecución del objeto del contrato.

Se expide en Floridablanca - Santander en Diciembre del año Dos Mil Veinticuatro (2024).

YAMILE TOLOZA GAMBOA **SUBGERENTE** (Saliente)	**ALEXANDRA GARCÍA ESPARZA** **SUBGERENTE**
SILVIA LORENA HERNÁNDEZ LEÓN **CONTRATISTA**	

PLANILLA INTEGRADA AUTOLIQUIDACIÓN APORTES
COMPROBANTE DE PAGO

Bancolombia

DATOS GENERALES DEL APORTANTE			
TIPO IDENTIFICACIÓN:	CÉDULA DE CIUDADANÍA	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN:	1032440410
NOMBRE Ó RAZÓN SOCIAL:			SILVIA LORENA HERNANDEZ LEON
CIUDAD/MUNICIPIO:	FLORIDABLANCA	DEPARTAMENTO:	SANTANDER
DIRECCIÓN:	CALLE 158#18-54	TELÉFONO:	8888888
TIPO APORTANTE:	02-INDEPENDIENTE	CLASE APORTANTE:	I-INDEPENDIENTE
TIPO EMPRESA:	PRIVADA	ACTIVIDAD ECONOMICA:	Otras actividades de
FORMA DE PRESENTACIÓN:	SUCURSAL	SUCURSAL / DEPENDENCIA:	001 - 001
APORTANTE EXONERADO PAGO APORTES SALUD, SENA E ICBF (REFORMA TRIBUTARIA):			NO

DATOS GENERALES DE LA PLANILLA					
NÚMERO PLANILLA:	**7951116658**		TIPO DE PLANILLA:	I-INDEPENDIENTES	
PERIODO COTIZACIÓN	MES:	diciembre	PERIODO COTIZACIÓN	MES:	diciembre
OTROS SUBSISTEMAS:	AÑO:	2024	SALUD:	AÑO:	2024
DÍAS DE MORA:		0			
FECHA PAGO (aaaa/mm/dd):		2024/12/10	NÚMERO AUTORIZACIÓN:		1114038462

NOVEDADES

ING	RET	TDE	TAE	TDP	TAP	COR	VSP	VST	SLN	COM	IGE	LMA	VAC	AVP	VCT	IRP

Planilla Pagada SOI

LIQUIDACIÓN GENERAL

			TOTALES	
			COTIZANTES	TOTAL PAGADO
PENSIÓN				
		ADMINISTRADORA		
NIT	CÓDIGO	NOMBRE		
800224808	230301	230301-PORVENIR	1	$ 332.800
		SUBTOTAL:	1	**$ 332.800**
SALUD				
		ADMINISTRADORA		
NIT	CÓDIGO	NOMBRE		
800251440	EPS005	EPS005-SANITAS S.A.	1	$ 260.000
		SUBTOTAL:	1	**$ 260.000**
RIESGOS PROFESIONALES				
		ADMINISTRADORA		
NIT	CÓDIGO	NOMBRE		
860011153	14-23	14-23-POSITIVA COMPAÑIA DE SEGUROS S.A.	1	$ 50.700
		SUBTOTAL:	1	**$ 50.700**

VALOR SIN MORA:	**$ 643.500**
VALOR MORA:	**$ 0**
TOTAL PAGADO:	**$ 643.500**

Floridablanca, diciembre de 2024

Señores
ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA
Ciudad

REF: CERTIFICACIÓN PARA EFECTOS DE RETENCIÓN EN LA FUENTE LEY 1943 DE 2018 – RENTAS DE TRABAJO.

Cordial saludo.

Yo, **Silvia Lorena Hernández León**, con cédula de ciudadanía No. **1.032.440.410** de **Bogotá**, con el fin de dar cumplimiento a las disposiciones establecidas en la Ley 1943 de 2018 y del parágrafo 2 del Artículo 383 del Estatuto Tributario, manifiesto bajo la gravedad del juramento que:

De acuerdo a lo establecido en el Decreto 2231 de 2023, "*las personas naturales que perciban rentas de trabajo diferentes a las provenientes de una relación laboral o legal y reglamentaria que no soliciten al agente retenedor la aplicación de costos y deducciones asociadas a dichas rentas, mediante la manifestación por escrito y bajo la gravedad del juramento de tal situación, se regirán por lo previsto en el Articulo 383 del Estatuto Tributario (depuración de la base gravable sometida a retención en la fuente y aplicación de la tabla de retención establecida en dicha norma).*" En caso contrario, la ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA aplicará las tarifas de retención en la fuente previstas en los artículos 392 y 401 del Estatuto Tributario según corresponda.

Como consecuencia de lo anterior, **certifico bajo la gravedad del juramento que:**

1.	De acuerdo con lo establecido en el Artículo 8 de la Ley 2277 de 2022, que modificó el inciso primero del parágrafo 2 del artículo 383 del Estatuto Tributario, mis ingresos aplican el concepto de *"rentas de trabajo que no provienen de una relación laboral o legal reglamentaria"*, por lo cual, solicito la aplicación de la tabla de retención establecida en el Artículo 383 del Estatuto Tributario, sobre los pagos originados del contrato suscrito con la ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA. Así mismo, manifiesto que no solicitaré costos o deducciones asociadas a dichas rentas.	X
2.	De las rentas de trabajos derivadas de los ingresos obtenidos con la ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA, aplicaré costos y deducciones sobre las mismas en línea con lo anterior, Autorizo aplicar las tarifas de Retención en la Fuente previstas en los artículos 392 y 401 del Estatuto Tributario según corresponda, sobre los pagos originados del contrato suscrito con la ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA.	

(Marque con una X la opción correspondiente).

Cordialmente,

Silvia Lorena Hernández León
CC. 1.032.440.410

INFORME DE ACTIVIDADES REALIZADAS DURANTE EL 1 DE DICIEMBRE AL 30 DE DICIEMBRE DE 2024- REDES SOCIALES Y PAGINA WEB DE LA ESE HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA

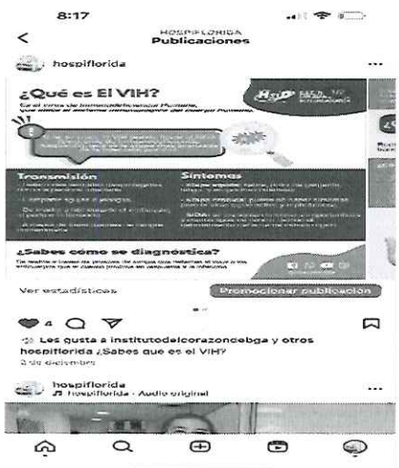
Por medio del presente Yo__Silvia Lorena Hernández León__ me permito dar a conocer las actividades ejecutadas durante el periodo 1 de diciembre al 30 de diciembre de 2024

de 2024, realizadas en las redes sociales (Instagram -Facebook) y pagina web de la E.S.E Hospital San Juan de Dios de Floridablanca.

Fecha
1 de diciembre
Publicación
Video

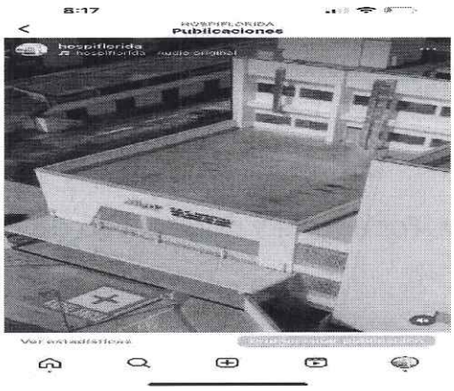


Fecha
2 de diciembre
Publicación
Carrete de piezas graficas informativas





Fecha
3 de diciembre
Publicación
Video



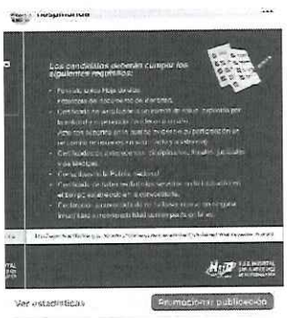
Fecha
5 de diciembre
Publicación
Piezas graficas informativa





Fecha
6 de diciembre
Publicación
Pieza gráfica





Fecha
9 de diciembre
Publicación
Video



FECHA	PUBLICACIÓN
10	FOTO DE CAPAÑA "ES TIEMPO DE AYUDAR" EN COLABORACION CON LA GOBERNACION DE SANTANDER
11	VIDEO, DE CAMPAÑA CON LA GOBERNACIÓN
12	FOTO DE LOS SERVICIOS DE LA UMI
13	PIEZA GRAFICA INFORMACION DE "BRECHAS DE GENERO"
16	VIDEO DEL PROCESO DE SALA DE PARTOS
17	PIEZA GRAFICA DE PREVECION DE LA POLVORA

18	FOTO DE LOS SERVICIOS D ELA UMI (LABORATORIO)
19	VIDEO JEFE LAURA HABLANDO DE LA IMPORTANCIA DE LLEVAR A LOS NIÑOS A LOS CONTROLES DE CRECIMIENTO Y DESARROLLO.
20	FOTO SERVICIO DE VACUNACION EN NIÑOS Y ADULTOS
23	VIDEO DE TODO LOS SERVICIOS DEL HOSPITAL CON MENSAJE NAVIDEÑO.
24	FOTO DE RECONOCIMIENTO DE LAS AREAS ADMINISTRATIVAS
26	CARRETE DE FOTOS DE BEBES RECIEN NACIDOS
27	VIDEO DE LOS CUIDADOS DE LAS MADRES LOS PRIMEROS DIAS DEL BEBE.
30	FOTO CONTROLES PRENATALES
31	PIEZA GRAFICA DE FIN DE AÑO

PLAN DE

MEDIOS DE

COMUNICACIÓN

PLAN DE MEDIOS DE

COMUNICACIÓN

OBJETIVO

Nutrir los diferentes canales de comunicación, para tener mayor alcance informativo, buscando un posicionamiento institucional tanto a nivel interno como externo, para lograr visibilizar la gestión y la misión que tiene el HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA con los ciudadanos del municipio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Hacer visible la labor que cumple el HOSPITAL dentro del municipio de FLORIDABLANCA como institución Pública Departamental de Mediana Complejidad.

2. Generar alianzas de interés que permita a los ciudadanos estar informados en materia de salud

3. Mantener los medios de comunicación del HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS actualizados, para generar verdaderas fuentes de información para la comunidad del municipio y toda su área de influencia.

4. Trabajar de manera conjunta con la ALCALDÍA DE FLORIDABLANCA con el fin de mantener una línea informativa coherente.

ALCANCE

El alcance del Plan de Medios de Comunicaciones busca llegar a cada una de las áreas de la organización, siendo estos los que tienen mayor influencia a nivel

internos y externos, pues participan continuamente en los procesos de construcción de identidad del HOSPITAL.

ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA: La Información y Comunicación Interna se refiere a los mensajes que emite la gerente y su equipo de trabajo. Está orientada a la construcción de sentido de pertenencia por el HOSPITAL entre los servidores públicos de la Entidad, que garanticen la interacción y la construcción de visiones y objetivos comunes.

- Comunicaciones de la gerente, las comunicaciones de la gerente deben ser oportunas y precisas, con el fin de evitar malos entendidos y conflictos, si es el caso debe contar con el área de comunicaciones y el área implicada, ya que el objetivo principal es garantizar factor de cohesión a nivel organizacional
- Reuniones y Comités a nivel interno, si es el caso contar con la presencia de la comunicadora para planear que se puede exponer a nivel externo.
  De las reuniones con externos será pertinente contar con la comunicadora cunado ya se establezca el tipo de alianza que se ha creado con la otra institución o entidad para poder resaltar la labor del HOSTPITAL.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNO

Intranet: en los que se enviaran correo con la siguiente información.

- Noticias sectoriales: hace referencia a todas las noticias del sector salud, que pueda interesarle a los colaboradores.
- Noticias sobre el personal: se refiere a programas de capacitación y bienestar, oportunidades de carrera en las diferentes áreas del HOSPITAL, noticias sociales del personal, eventos y demás información de interés general para los funcionarios y contratistas, información que será proporcionada por el área de recursos humanos.

CIRCULARES

Circulares Las circulares son "Instrucciones de la Administración que establecen los criterios de actuación de los funcionarios". Este tipo de comunicación es expedida por la gerente del HOSPITAL.

IDENTIDAD INSTITUCIONAL el objetivo principal, es facilitar la comunicación entre los ciudadanos y la Entidad, mediante la identificación clara y sencilla de ésta, por lo que se tomaran en cuenta los siguientes aspectos

- Articular la Imagen Institucional, Se determinará la unificación de una identidad gráfica fácilmente identificable por todos, mediante el uso fundamental del tipo de letra, logos y colores.
- Se utilizarán formatos estándar.
- Posicionar la imagen del HOSPITAL con el fin facilitar su reconocimiento a nivel municipal y departamental por lo que se establecerán parámetros para el uso de su imagen en todos los proyectos, programas, contratos, convenios y demás instancias en las que el HOSPITAL se ha nombrado, requerido o participado.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa, está dirigida hacia las relaciones que establece el HOSPITAL con entes externos, como medios de comunicación, organizaciones civiles, entidades sectoriales, municipales y departamentales clientes y partes interesadas, etc. Por eso la comunicación externa del HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS DE FLORIDABLANCA planea apoyarse en canales de comunicación en

donde se dan a conocer las políticas y los acontecimientos importantes. El HOSPITAL acudirá a los medios de comunicación como prensa y radio, pues son ejecutores de estrategias de divulgación; a los demás canales de comunicación como página web, redes sociales.

- **Página web** La página debe actualizarse cada vez que haya información nueva relacionada con las gestiones adelantadas en el cumplimiento de la administración.
  La responsabilidad de administrar la página WEB corresponde al equipo de Sistemas y el contenido específico a cada área según el tema relacionado. El administrador del portal web deberá encargarse de subir la información proporcionada por la comunicadora, fotos videos, textos y comunicados de prensa.

- **Radio y Televisión** Las declaraciones para radio y televisión las realizará la comunicadora, contando con el contexto pertinente para la realización de la nota.
- **Videoconferencias** Cuando la gerente lo estime necesario podrá realizar este tipo de actividades para divulgar los aspectos estratégicos de su gestión.
- **Redes sociales** la comunicadora será la encargada de manejar y **el c**ontenido de cada una de las redes que el HOSPITAL tenga en uso, la información será suministrada por el área de interés.

Estrategias de comunicación

1. Análisis de situación:

Junio 2024

Redes sociales, como Facebook, Instagram, twitter.

Facebook	Sin publicaciones recientes, las imágenes que estaban publicadas, eran publicaciones de las actividades institucionales del Hospital, sin objetivos claros, se habían muchas publicaciones sin estructura, sin tener en cuenta la imagen y la estética en cada una de ellas.	Se cambio la imagen corporativa, la finalidad, transmitir un mensaje con mayor seriedad, credibilidad acorde a los temas tratados en cada una de las redes, los cuales son, mensajes que tiene que ver directamente con el hospital y van dirigidos hacia el interés de la comunidad. Con base en lo anterior se empezó a hacer uso de la "FAN PAGE" con videos de los servicios del hospital, piezas informativas para la comunidad y
Instagram	Tenía publicaciones recientes, con fotos de algunas de las actividades del hospital, fotos de algunos servicios y eventos.	Instagram tiene como objetivo llegar a al público de manera fácil y rápido, con información concisa y certera, de acuerdo a ello se empezó a publicar los servicios que presta el hospital, dando a conocer la oferta institucional y los múltiples servicios que presta el hospital y que tiene habilitado para el crecimiento y cuidado de la comunidad. Cada una de las publicaciones cumplen un objetivo, bien sea socializar información, evidenciar alguna gestión comercial, dar a conocer un servicio o información general de interés común.
Twitter	No tenía.	Se creo la red social, con el fin de informar sobre servicios.

Julio 2024

Facebook	Semana a semana se hacen las publicaciones la información a través de videos o piezas graficas para garantizar que la red se nutra de información relevante para la comunidad.
Instagram	Se realizan publicaciones con la información que tiene que ver directamente con la oferta que tiene el hospital en cuanto al portafolio de especialistas dispuestos a atender las necesidades. Mostrar el estado actual del hospital y el buen funcionamiento del mismo, socializar información relevante para los usuarios.
Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

Medios

Prensa, televisión, radio	Se hacen reuniones con el canal local para establecer una ruta de posicionamiento que permita el crecimiento del hospital dentro del sector salud. Así mismo empezar a fortalecer alianzas que ayudan a favorecer la imagen del hospital dentro de la comunidad de usuarios, brindando seguridad y credibilidad de la información prestada en cada uno de los canales institucionales.

Comunicación interna:	Alinear a toda la parte administrativa y asistencial con los objetivos de la administración, con el fin de transmitir hacia los usuarios un mismo mensaje, objetivos y lenguaje para facilitar la prestación de todos los servicios que ofrece el hospital, creando así una cultura organizacional que responde a los objetivos planteados por el hospital. La comunicación organizacional está orientada a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los colaboradores del hospital; para ello establece procesos y mecanismos comunicativos que garanticen la interacción y la construcción de visiones comunes. -Estrategias de comunicación organizacional para ayudar a la apropiación de la misión, visión, valores, principios y objetivos de la nueva administración del hospital. - Crear espacios y medios de comunicación internos que permiten dar respuesta a los requerimientos y necesidades de comunicación que se requieran como: como: carteleras, circulares, correo electrónico, grupos de WhatsApp, medios visuales, reuniones de trabajo y talleres. - Cada área del hospital contará con el equipo responsable de difundir los temas relacionados con las comunicaciones de la información que se genera en cada uno de los proyectos, programas que brinda el hospital a los usuarios.
Comunicación externa:	Las estrategias de comunicación externa son esenciales para el relacionamiento del hospital. Es la manera más eficiente de relacionarse con los diferentes públicos objetivos que tiene el hospital como: clientes, proveedores, medios de comunicación, comunidad y aliados.

	-Identificar audiencias -Definir mensajes, alineados con los valores y la imagen de la empresa. -Alimentar los canales adecuados. -Cuidar la imagen del hospital, generar confianza y credibilidad. -Escuchar y responder. -Establecer relaciones con los medios de comunicación

Agosto 2024

Facebook	Semana a semana se hacen publicaciones a través de fotos, videos o piezas graficas para garantizar que la comunidad tenga la información que nosotros como hospital queremos transmitir, adicional se hace también para mostrar la gestión de la administración actual.
Instagram	Se realizan publicaciones con la información que tiene que ver directamente con la oferta que tiene el hospital en cuanto al portafolio de especialistas dispuestos a atender las necesidades. Mostrar el estado actual del hospital y el buen funcionamiento del mismo, socializar información relevante para los usuarios.
Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

Septiembre

Facebook	Las publicaciones en Facebook se hacen con el objetivo de informar a toda la comunidad, especialmente a las personas mayores, se hace también con el fin de evidenciar la gestión que actualmente tiene el hospital.

Instagram	Diariamente se hacen publicaciones de interés, de servicios, de planes de todo lo que tenga que ver con salud y con el hospital, el fin es posicionar a la hospital dentro del sector salud, de igual manera darle visibilidad y poder llegar a mas personas, para que estas puedan verse beneficiadas.
Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

Octubre

Facebook	Las publicaciones en Facebook se hacen con el objetivo de informar a toda la comunidad, de los diferentes servicios que se prestan en el Hospital.
Instagram	Diariamente se hacen publicaciones de todos los servicios y planes que tiene el Hospital para la comunidad. Este mes de Octubre el objetivo era mostrar todos los servicios que presta el hospital.
Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

Noviembre

Facebook	Las publicaciones en Facebook se hacen con el objetivo de informar a toda la comunidad, de los beneficios que genera el hospital, de las actividades y de los servicios.
Instagram	Semana a semana, día tras día se hacen las publicaciones que tienen que ver con el hospital y la comunidad. Este mes de noviembre el objetivo era mostrar todos los servicios que tiene habilitado el hospital.

Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

Diciembre

Facebook	Las publicaciones se hacen a diario, son las mismas publicaciones de Instagram y tienen el mismo objetivo, mostrar la gestión y ganar visibilidad, durante el mes de diciembre se ha publicado de acuerdo al plan de medios, que responde a campañas informativas, de posicionamiento.
Instagram	Las Publicaciones en instagram durante el mes de Diciembre se han hecho de acuerdo al plan, de manera simultanea con Facebook. Para este mes el objetivo era aprovechar las campañas de solidaridad propuestas por la gobernación para hacer un trabajo en equipo, adicional no descuidar a la comunidad y realizar campañas de promoción y prevención del cuidado de la salud.
Twitter	Se publica la información del hospital como en todas las redes.

PLAN DE COMUNICACIÓN

Canales internos	Actividad	Frecuencia	Target
Intranet	Crear o fortalecer la red digital privada que tiene como objetivo principal informar al personal administrativo, comercial y médico del hospital facilitando la colaboración y comunicación entre cada área. Se utiliza en su mayoría para difusión de información general a nivel interno, uso exclusivo del personal del Hospital, dando formalidad al mensaje.	diaria-según la necesidad requerida	personal de planta, contratistas.
página web institucional	Noticias, comunicados de prensa, proyectos en curso, alianzas estratégicas, planes y proyectos del HOSPITAL	según la necesidad requerida, lo ideal dos noticias semanales.	personal de planta, contratistas, público en general

Canales Externos	Actividad	Frecuencia	Target
radio	Visita a las principales cadenas de radio para el cubrimiento y difusión de eventos realizados por el HOSPITAL, con el fin de promover y divulgar la gestión de cada una de las áreas del hospital dentro del municipio de Floridablanca.	según la necesidad requerida. Por lo menos una vez a la semana se programará visita a una cadena radial, rueda de medios una vez al mes.	habitantes de Floridablanca.
prensa	Asistencia a los diferentes medios de comunicación con el fin de difundir la labor del Hospital en el municipio de Floridablanca. Tocar temas de interés general para la comunidad.	mensual	habitantes de Floridablanca.
redes sociales	Creación de piezas de comunicación de los diferentes eventos que se llevan a cabo en el HOSPITAL.	3 veces a la semana.	ciudadanía en general
	Producción de videos informativos institucionales que permitan la difusión de la labor que desempeña el HOSPITAL dentro de la comunidad.	2 veces a la semana.	ciudadanía en general

	Acompañamiento en la realización de cada una de los proyectos que se están ejecutando, con el fin de recoger material fotográfico y audiovisual para la difusión de la información.	se cuenta dentro de las publicaciones semanales	población en general
	Seguimiento de las métricas de cada una de las redes, con el fin de revisar y evaluar el contenido publicado en cada una de ellas.	mensual	
facebook	creación de contenido, videos informativos de interés general sobre el HOSPITAL -campañas de prevención, temas de cuidado en casa, salud y bienestar.	mensual	ciudadanía en general.
INSTAGRAM	de acuerdo a los lineamientos dados por la alcaldía, publicar videos, fotos, información de las actividades que se realizan a lo largo de la semana y las actividades realizadas por el HOSPITAL, actividades relacionadas con la alcaldía, gobernación y con la comunidad. realizar publicaciones durante los horarios de mayor tráfico, esperando una mayor interacción y llegar al público objetivo	3 veces a la semana.	población en general

Plan de gestión de comunicaciones

INTRODUCCIÓN

La ESE Hospital San Juan de Dios de Floridablanca, tiene como objetivo la implementación del plan de comunicaciones que permita fortalecer su imagen institucional, pero sobre todo como guía de referencia para mejorar los procesos de comunicación pública y los canales de comunicación de modo que se promueva la transparencia de la gestión, el cumplimiento legal y las estrategias de promoción y divulgación de los servicios.

El plan de gestión responde al plan de comunicaciones que ya se planteó con metas y objetivos que determinan las metas y objetivos, así como los contenidos para la obtención de resultados positivos de acuerdo a la caracterización de la institución, de los cuales precisa tres elementos de comunicaciones: el organizacional, el informativo y los medios de comunicación, estos elementos van orientados a la producción, visualización y circulación de la información que se promueva y se emita en la parte interna y externa de la institución, desarrollando una gestión en la comunicación de forma clara, concreta, eficiente, eficaz, oportuna y efectiva.

JUSTIFICACIÓN

La comunicación en la E.S.E. hospital san juan de Dios de Floridablanca es realmente importante, ya que es entendida como ejercicio de información abierta, donde se plantean estrategias para generar y afianzar las relaciones internas y externas, busca además soluciones a la necesidad de divulgar su gestión administrativa, proyectar y posicionar una buena imagen de la entidad. Esta comunicación se realiza mediante las carteleras, volantes, cara a cara, plegables, redes sociales, programas de radio y televisión. Es el fundamento para el despliegue de una plataforma estratégica participativa y efectiva, haciendo que tenga una estabilidad en el mercado, fidelización de los clientes, empoderamiento de los empleados, un buen nombre en la competencia y para que sirva como herramienta para el mercadeo institucional.

2. OBJETIVOS 2.1 GENERAL Asegurar una comunicación eficaz, oportuna, clara y coherente en ESE Hospital San Juan de Dios Floridablanca, que contribuya al logro del plan de comunicaciones y a las estrategias planteadas, fortaleciendo el posicionamiento del hospital mediante los diferentes canales de comunicación.

2.2 ESPECÍFICOS • Diseñar estrategias y tácticas que propendan por la eficacia y mejora de la comunicación y la cultura organizacional.

• Identificar diferentes mecanismos de divulgación y promoción, para dar a conocer a los usuarios, las familias y la comunidad, los avances y mejora del hospital con respecto a la calidad de la atención en salud.

• Generar espacios de comunicación de forma ascendente, descendente y horizontal con una participación cara a cara en los usuarios de la institución.

objetivo	estrategia	Responsable	Cuando
Actualizar la página web de la institución	Realizar el cambio de información desactualizada. Incluir información de ley. Publicar información de interés	Comunicaciones. Control Interno, Comunicaciones y Sistemas. Comunicaciones.	Inmediato. Inmediato. Diario, y cada sea necesario.
Diseñar Manual de Imagen Corporativa	Realizar diseño de la imagen corporativa del Hospital Socialización de la imagen	Comunicaciones y directivas Comunicaciones y Directivas.	Inmediato Próximo comité de comunicaciones y pagina Web
Posicionamiento del Hospital en redes sociales	Realizar video con los líderes de áreas, presentando sus áreas o entregando información del servicio a la comunidad. Publicar el video en las diferentes redes sociales.	Líderes de área y comunicaciones Comunicaciones	Todas las veces que sea necesario un líder diferente o un área diferente. Las veces que sea necesario

	Publicación de información del hospital en los diferentes medios. Diseño de campañas de los programas de consulta externa. Diseño de Infogramas, piezas publicitarias del hospital Direccionamiento y respuesta a manifestaciones de la comunidad a través de las redes sociales.	Comunicaciones Comunicaciones y jefe de Consulta externa Comunicaciones, Comunicaciones y Gerencia	Lo que se crea pertinente Las veces que sea necesario 4 veces al mes 1 vez al día
Promoción y prevención de la salud	Realización de programa radial, para socializar y sensibilizar de diferentes temas de interés social. Realización de textos para las pautas radiales Perifoneo interno de mensajes de sensibilización	Comunicaciones , Equipo de salud Pública Comunicaciones, jefes de servicios Comunicaciones , Atención al Usuario	2 veces al mes 2 veces al mes 10 veces al día
Fortalecimiento al sentido de pertenencia de los empleados	Diseño de campañas tales como el cuidado del medio ambiente, ahorro del agua, ahorro de energía, buen uso de los elementos de protección	Comunicaciones .	1 vez al mes (las veces que sea necesario).

	personal, entre otros. Apoyar en las actividades o eventos que realice el hospital, en la toma de fotografías y logística si así es necesario.	Comunicaciones , Directivas y líderes de áreas.	Cuando sea necesario
Articulación de las directivas con el personal de la institución	Creación de Chat Institucional liderado por la gerencia, como medio de información efectiva y verídica. Entrega de Tarjetas de cumpleaños o de días especiales a través del chat, como estímulo y recordación del día.	Comunicaciones . Gerente Comunicaciones y Gerencia	Inmediato 1 vez al día
Difusión de información	Mediante diferentes estrategias de comunicación a nivel interno y externo crear la comunicación asertiva de información de interés para la comunidad, para la utilización de servicios como vacunación y citas con especialistas.	Comunicaciones	Cada vez que se requiera
Campañas de información del	Por medios de los medios de	Comunicaciones Gerencia	Cada vez que se requiera.

traslado de los servicios a la UMI.	comunicación del hospital, tanto redes sociales como página oficial se hizo fuertemente este mes de agosto campañas de sensibilización de los servicios que se trasladaron a la sede UMI, para el conocimiento de la comunidad y evidenciar ante el sector la gestión que se ha venido desarrollando en el hospital.	Jefe de enfermería	
Acompañamiento de los eventos realizados durante la semana de la lactancia materna	Durante las semanas previas a la semana mundial de la lactancia materna, hubo comités de organización y participación de las diferentes áreas del hospital, en las cuales el área de comunicaciones estuvo presente para tener conocimiento exacto de cada una de las actividades y poder estar presente en ellas durante las siguientes semanas.	Comunicaciones Servicios de enfermería	Cada vez que se requiera
Semana mundial de la lactancia materna	Durante la semana mundial de la lactancia	comunicaciones	Cada vez que se requiera

	materna se hizo el respectivo acompañamiento y publicación necesaria a cada una de las actividades propuestas en el cronograma, con el fin de dar gran movimiento a las redes con un evento tan importante.		
Apertura de la sede UMI	Previo a la apertura se hicieron campañas informativas en las que se daba a conocer las fechas, los servicios que iban a estar ubicados en la sede UMI.	Comunicaciones Gerencia Enfermera jefa	Lo que se requiera
	Una vez estaban todos los servicios ya ubicados en la nueva sede, se hizo la respectiva campaña de socialización en la que se da toda la información necesaria para el conocimiento de la comunidad.	comunicaciones	Cada que se requiera
Socialización de servicios que actualmente se prestan en la ESE Hospital San Juan de Dios.	Mes a mes se muestran los servicios que tenemos para ofrecer desde la ESE, sin embargo, se intensifico este mes por el	Comunicaciones	Semana a semana

	traslado a la nueva sede.		
Campañas de oferta de servicios	A diarios durante todo el mes se suben a as redes sociales la oferta de servicios que presta el Hospital a la comunidad, con el fin de dar a conocer los servicios que se prestan y la gestión de las dra monica.	comunicaciones	Diario
Campañas de difusión de servicios.	Durante este mes se hicieron eventos con el fin de llegar a mas población en conjunto con la alcaldía de Floridablanca, como la jornada de vacunación.	Comunicaciones	mensual
Campañas informativas	En trabajo conjunto con otras áreas del hospital se han realizado campañas informativas de salud como enfermedades de trasmisión sexual y de bienestar para usuarios y personal administrativo y asistencial.	Comunicaciones/ psicología	Mensual
Campañas de bienestar	Con el fin de mejorar el ambiente laborar, se han organizado campañas que generan conciencia y	Comunicaciones/psicología	Mensual

	sobre limpieza y orden, para tener un ambiente sano y crear conciencia de la importancia de cuidar el medio ambiente.		
Campañas de solidaridad	Con el fin de colaborar con la gobernación el hospital se ha unido a campañas de solidaridad para el mes de diciembre, buscando ayudar, pero también visibilidad.	Comunicaciones/gerencia.	Mensual