**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2020 – 2024**

Hospital Departamental San Rafael de Zarzal

Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

Valentina Camacho

Comunicadora Social – Periodista

Zarzal, Valle del Cauca

Octubre 2020

Contenido:

1. PRESENTACIÓN
2. OBJETIVO GENERAL
	1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
3. ALCANCE
4. ANTECEDENTES (MCPOI, MECI)
	1. OBJETIVOS
	2. PROPÓSITO Y FINALIDAD
5. GENERALIDADES
	1. ENLACES
6. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
	1. DIAGNÓSTICO
		1. Formatos de Encuesta
		2. Tabulación de Encuestas
		3. FODA
	2. POLÍTICAS GENERALES DE INFROMACIÓN Y COMUNICACIÓN
		1. Politica de Comunicación Interna
		2. Politica de Comunicación Externa
		3. Política de Medios de Comunicación
	3. PROCESOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA
		1. Comunicación Organizacional
		2. Comunicación Informativa
	4. PROTOCOLO DE SOLICITUD
	5. DISEÑO DE MENSAJES
	6. ÁREA DE COMUNICACIONES
	7. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
7. **PRESENTACIÓN:**

El Hospital Departamental San Rafael de Zarzal E.S.E es una Empresa Social del Estado, prestadora de servicios de salud en el Municipio de Zarzal Valle del Cauca, el cual cada día, busca satisfacer las necesidades de los usuarios, familiares y grupos de interés, transformando y brindando una atención de calidad y humanizada.

Para dar certeza de transparencia, facilitar el acceso a la información tanto del cliente interno como el externo y crear una interacción y una comunicación bidireccional entre los usuarios y el personal de salud se requiere de un plan de comunicaciones, donde cada una de las estrategias esté guiada al cumplimiento de los objetivos misionales de la institución, utilizando como herramienta la política de Gobierno Digital y el Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para entidades del estado (MCPOI) y el Modelo estandar de Control Interno (MECI)

El Plan Estratégico 2020 - 2024 del Hospital Departamental San Rafael De Zarzal E.S.E. está diseñado para el fortalecimiento de la imagen corporativa y el posicionamiento de la misma tanto interna como externamente. En este orden de ideas la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del Hospital debe asumir un rol importante que, mediante acciones efectivas de estrategia comunicacional, le permitan a la institución dar a conocer los quehaceres, logrando la identificación y la transparencia de cada una de las actividades que realiza la institución.

Este plan por medio de estrategias y actividades, pretende dar a conocer cada uno de los servicios que presta la institución, buscando consolidar en los trabajadores sentido de pertenencia y empoderamiento por la institución, además de crear una comunicación bidireccional entre los usuarios y el personal de salud y así lograr el cambio de imagen de la institución.

El Hospital Departamental San Rafael busca por medio del Plan, generar una comunicación oportuna, eficiente, veraz, de transparencia y de interés común, tanto interno, como externo.

1. **OBJETIVO GENERAL**

Realizar un plan de Comunicaciones con estrategias para el cumplimiento de los objetivos institucionales y que facilite el acceso de la información al usuario y al personal, buscando mejorar la imagen, la cultura y la comunicación de la institución, orientado al cumplimiento de principios como el derecho a la información, publicidad y transparencia.

* 1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:
* Consolidación de la Imagen institucional, iniciando con el logo y la unificación del personal del Hospital, para general Visibilidad de la institución creando impacto.
* Mantener informados a los usuarios y trabajadores sobre el quehacer en la institución, buscando la transparencia y facilidad al acceso de la información, para mejorar la imagen, el sentido de pertenencia y la credibilidad en el Hospital Departamental San Rafael.
* Reforzar la identidad corporativa para que cada usuario y público de nuestras redes sociales identifique al Hospital
* Realizar un proceso de seguimiento y articulación entre las áreas del Hospital para difundir las actividades realizadas por la institución.
1. **ALCANCE**

El Hospital Departamental San Rafael crea un plan estratégico de comunicaciones con dos procesos, Comunicación Organizacional o Comunicación Interna y Comunicación Informativa o Comunicación Externa, para que llegue a todos los trabajadores y usuarios del municipio de Zarzal y de sus alrededores y así lograr un mejoramiento en la comunicación de la institución.

Para este plan, es una herramienta primordial trabajar de la mano con los medios de comunicación masivos, como lo son los alternos, internos y digitales, para así lograr llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles, que tengan facilidad para el acceso a la información y mayor claridad de las actividades y los servicios que se prestan en la institución, además de estar enterados de los quehaceres del Hospital.

1. **ANTECEDENTES**

MODELO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA ORGANIZACIONAL E INFORMATIVA PARA ENTIDADES DEL ESTADO (MCPOI)

El MCPOI es un apoyo para las comunicaciones, que ofrece herramientas para mejorar y direccionar la comunicación pública, este modelo parte de un diagnositco que arroja situaciones las cuales se tienen que solucionar con estrategias, por este motivo se crea el Plan de Comunicaciones el cual crea estas estrategias para cumplir con los objetivos misionales de la institución.

El modelo busca consolidar la comunicación interna y externa de una institución, además la cultura organizacional, donde haya una unión entre los trabajadores de la institución para trabjar en equipo por el cumplimiento de los objetivos misionales.

El modelo cuenta con dos campos de acción fundamentales, que son la comunicación organizacional (interna) que busca la union de los colaboradores, para generar una buena imagen ante los usuarios, brinda credibilidad, y la comunicación informativa (externa), es la que busca la transparencia de la institución, la que muestra todo lo que se hace internamente por el bien de los usuarios y de los trabajadores, este campo trabaja de la mano de los medios de comunicación.

* 1. OBJETIVO

El objetivo del MCPOI es concientizar a la entidad de la importancia que tiene la comunicación, tanto interna como externa, lograr que dentro de la empera haya una buena comunicación y un buen rabajo en equipo, buscando una imagen, una cultura y una identidad institucional, además para darle transparencia cumpliendo con la Rendición de cuentas a los usuarios, donde se les informa diario los quehaceres de la institución.

* + Comunicar y Divulgar con calidad y transparencia todos los procesos y actividades de la institución.
	+ Servir como apoyo a cada una de las áreas para la actualización y mejoramiento en la ejecución de procesos institucionales.
	+ Planear y ejecutar adecuadamente y unificadamente las estrategias para cumplir con los objeivos misionales.
	+ Crear una comunicación transversal y con flujo entre las áreas consolidando la comunicación para brindar una buena información y generar una buena imagen de la institución.
	+ Fomentar el trabajo en equipo y la participación activa para el cumpliiento de los objetivos.
	1. PROPÓSITO Y FINALIDAD:

El propósito y la finalidad del MCPOI es finalmente fortalecer el sector púbico con transparecia y calidad.

* Propósito: El MCPOI tiene como proposito contribuir en la creación y la ejecución de una buena cultura organizacional.
* Finalidad: Es utilizar la cultura organizacional y fomentar la credivilidad de la comunidad hacia el sector público, demostrando el compromiso y la transparencia.
	1. CAMPOS:

El MCPOI actua en 3 campos de acción que son la comunicación organizacional, la comunicación informativa y la rendicion de cuentas.

* La Comunicación Organizacional: Busca garantizar orden, coherencia y transparencia en la institución, logrando los propósitos misionales, depende de la imagen que tiene el Hospital y la imagenq ue se quiere crear.
* La Comunicación Informativa: Busca garantizar a nivel externo que la institución muestre e informe a los usuarios, lo que esta sucediendo internamente, mostrando sus servicios y actividades por Medios de Comunicación.
* Rendición de Cuentas: Es un campo que se desglosa de la comunicación informatica, ya que es la imformación que se muestra a los usuarios para garantizar la transparencia de la institución, además es complementaria de la rendición de cuentas que se realiza a los entes de contros reglamentada por ley.

MODELO ESTANDAR DE CONTROL INTERNO (MECI)

El Modelo Estandar de Control Interno (MECI), es una herramienta creada para el control de las estrategias, gestión y evaluación de las entidades públicas, guiando a las instituciones hacia el cumplimiento de sus objetivos misionales, tienee como eje transversal, la información y comunicación de las instituciones, es el componente que verifica, que las estrategias de divulgación de información tanto internas como externas se esten direccionando hacia el logro de los objetivos misionales, ádemas verifica la comunicación bidirecional que debe tener la institución con sus usuarios y la participación de estos con el cumplimiento de los objetivos.

* Información y Comunicación Externa:

Las estrategias del plan de comunicaciones deben ir direccionadas a la divulgación de resultados, mostrando siempre las mejoras en la gestion administrativa, satisfaciendo a los usuarios y grupos de interes, por esto es muy importante estar atento de las quejas y reclamos que realizan los usuarios ya que ellos son las fuentes principales de comunicación y de transparencia.

* Información y Comunicación Interna:

En este componente el plan debe estar direccionado para la buena comunicación interna de la institución, para que el personal este enterado siempre de los enfoques y objetivos de la institución, ádemas debe crear sentido de pertenencia de los funcionarios y crear una buena cultura organizacional, siempre dirigido a mostrar la transparencia de la institución.

* Sistemas de Información y Comunicación:

Son todos los Recursos sean Humanos o Tecnologicos que debe tener la empresa para brindar la mejor información, veraz y oportuna, son recursos que se utilizan para la recolección y la divulgación de la información tanto interna, como externamente.

1. **GENERALIDADES**
	1. ENLACES:

Oficina Asesora de Control Interno, Oficina Asesora de Planeación, Oficina de Control y Calidad, Oficina de Talento Humano, Áreas y servicios del Hospital San Rafael de Zarzal.

MATRIZ DE COMUNICACIONES:

* ¿Qúe comunicar?
* ¿Cuándo comunicar?
* ¿Cómo comunicar?
* Medio por el cual comunicar
* ¿Quién comunica?
* Registro.
1. **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIOES**

El plan de comunicaciones nace por una necesidad de crear orden y planificación, para usar y mostrar todos los recursos y servicios con los que cuenta la institución, ádemas apoya la elaboración y los medios por los cuales se debe transmitir el mensaje que se quiere dar a los usuarios y grupos de Interes. Ádemas el plan de comunicaciones, crea lineamientos importantes para lograr alcanzar los objetivos misionales de la institución.

* 1. DIAGNÓSTICO:

# Encuesta canales de comunicación interna del hospital

Actualmente el Hospital Departamental San Rafael de Zarzal cuenta con varios medios de comunicación donde interactúa con sus diferentes grupos de interés, con el fin de mejorarlos y crear un mayor impacto tanto interna, como externamente, se realizó una encuesta, para saber el público externo e interno, cómo utilizan estos medios. (Anexo 1)

* + 1. Tabulación de encuestas

Encuesta Interna:



De acuerdo con el anterior diagrama, pordemos observar que todos los trabajadores les gusta recibir información por todos los medios de comunicación, pero estan mas pendientes del correo electrónico que de los otros medios.







Con respecto a estos tres gráficos podemos observar que la mayoria de trabajadores que recibe información sobre el Hospital les gusta la forma en la que se entrega, para ellos, la entrega es a tiempo, clara y llamativa, esto quiere decirmque les gusta la forma en la que se les mantiene informados, ádemas les gusta los temas de información que se brinda.

En la anterior gráfica, podemos notar que los buzones de sugerencia en la comunicación interna estan bien posicionados, que es uno de los canales que más utilizan los trabjaadores

En el anterior diagrama podemos observar que otro de los canales que les gusta son las carteleras, al visitar las carteleras se puede notar un poco de desorden, por este motivo en la oficina se va a desarrollar una estrategia direccionada a mejorarlas, haciendolas mas llamativas para la comunidad.



En este diagrama podemos observar que para los trabajadores, internamente se maneja una buena comunicación, considerando que se les mantiene informados de los programas, actividades, capacitaciones, reuniones y demás.

Encuesta externa



En las dos graficas anteriores podemos observar que para los usuarios es muy importante tener facilidad de acceso a las lineas telefónicas y que no conocen de las redes de comunicación externas adicionales con las que cuenta el Hospital.







En estos tres diagramas podemos observar que pocas personas reciben información por los medios de comunicación, pero las pocas personas que utilizan los otros medios se sienten satisfechas con la informacion que se brinda y con la atención que les prestan.



Podemos observar que la información mas importante para los usuarios es conocer los medicos especialistas con los que cuenta el Hospital, ademas mantener informados con los tramites y horarios de atención ya que estos varian.

En el anterior diagrama se observa que la mayoria de personas pasando por un 10% conocen donde estan ubicados los buzones de sugerencias, pero el un porcentaje significativos no lo conocen y no saben para qué sirven.

En el analisis de los formatos de encuesta se logró observar que la comunicación en el hospital tiene varias falencias, como lo son el desconocimiento de varios medios por los cuales tanto internos, como externos podrian informarse de procesos del Hospital, además no piensan en que se les pueda brindar una información de interes comun diferente a la estrictamente necesaria para la atención del Hospital, como lo pueden ser tips para el autocuidado, como mantenerte saludable, entre otros.

* + 1. FODA

Fortalezas:

* Se implemento la oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones
* Para los diferentes públicos del Hospital sea interno o externo la comunicación del Hospital es buena
* Se cuenta con un buen grupo de Talento Humano

Oportunidades:

* Relación con los medios de Comunicación.
* Convenios con las diferentes entidades públicas y privadas.
* Canales para general participación ciudadana.

Debilidades:

* Falda de identidad corporativa
* Falta de trabajo en equipo
* Falta de sentido de pertenencia por la insttución

Amenazas:

* Mala imagen de la institución
* Desorden a la hora de informar a la comunidad
* Poca credibilidad en los servicios que presta el Hospital
	1. POLÍTICAS GENERALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN:
		1. Política de Comunicación Interna:

En el Hospital Departamental San Rafal de Zarzal se busca generar un buen trabajo en equipo, sentido de pertenencia, cultura organizacional y además una buena imagen de la institución, para esto, se utilizaran todos los canales de comunicación internos como lo son el correo institucional, el whatsaap y la página web.

Estos canales de comunicación logran que internamente todos esten enterados de las situaciones que se presentan en la institución, pero se debe fortalecer el buen uso de estos canales, y se debe imponer un orden, para así obtener una buena comunicación unificada para lograr los objetivos misionales y transmitir la información adecuada y pertinente a todos los grupos de interes.

La institución modificará los protocolos de solicitud de publicación, así todos los trabajadores del Hospital, tendran la accesibilidad para informar sobre los servicios que ofrecen.

* + 1. Política de Comunicación Externa:

El Hospital Deprartamental San Rafael de Zarzal, informará de manera oportuna, veraz y transparente todo lo relacionado con salud y con la institución, de este modo mejorar el acceso a la información y actualizando a todos los usuarios y grupos de interes, sobre los servicios, actividades y proyectos que se llevan a cabo en el Hospital.

Además se fortalecerá La imagen de la institución, creando en la comunidad confiabilidad y seguridad por la Institución Municipal, ya que el Hospital Departsamental San Rafael presta un servicio muy importante que es derecho de todos los ciudadanos, la Salud.

* + 1. Política de Medios de Comunicación:

Los mensajes que se quieren transmitir son el eje central y para que el mensaje llegue donde se quiere y cause el efecto que necesita la institución, se debe transmitir por los medios de comunicación adecuados, para esto se debe conocer los púbicos y los medios por los cuales ellos estan siempre ocnectados, El Hospital Departamental San Rafael, utilizará todos los medios de comunicación tanto los medios digitales como los medios tradicionales.

* 1. **PROCESO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA**

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones del Hospital Departamental San Rafael, cuenta con dos campos de los cuales parte el plan de Comunicaciones, que son: Comunicación Organizacional y Comunicación Informativa, La oficina se une a cada una de las áreas para generar infomración continua y tener a los usuarios actualizados en temas de Salud.

* + 1. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:

La comunicación organizacional es un campo muy importante, ya que creando un buen clima organizacional, una buena cultura y una identidad corporativa, se va a poder transmitir mejor el mensaje hacia los usuarios, mantener a los trabajadores informados y conectados con la institución, permite crear sentido de pertenencia, transparecia, veracidad y eficiencia al transmitir el mensaje.

Los canales de comunicación que se utilizaran internamente son:

* Carteleras:

El Hospital San Rafael, cuenta con 6 carteleras en las diferentes áreas de la institución, las cuales seran actualizadas constantemente, con información de interes común.

* Buzones de Sugerencias:

En la institución contamos con 3 Buzones de Sugerencias en diferentes áreas, donde se le brinda la oportunidad al personal y a los usuarios de dar a conocer las ideas de mejora, quejas, reclamos o felicitaciones que aporten a la institución.

* Correo Electrónico Institucional:

Es un medio de difución tanto interno como externo, muy importante, ya que permite que los mensajes lleguen con gran rapides, fluides y efectividad, permitiendo llegar con gran impacto a todos los trabjadores de la institución.

* Intranet o Sistema institucional:

Es uno de los avances tecnologicos en la isntitución, ya que cuenta con un sistema donde permite a los funcionarios realizar procesos administrativos por medio de la red, donde todos estan conectados e interactuando y generaldo o recibiendo información, creando orden y eficiencia en cada uno de los procesos institucionales.

* Whatsapp:

Es un medio de inmediates, que permite una comunicación bidireccional en segundos, en la institución se tienen grupos de whatsaap donde diariamente se mantiene informadad a los trabajadores de lo que se esta realizando en la institución.

* Campañas, Actividades y Eventos Internos:

La oficina de comunicaciones siempre estará acompañando los eventos realizados internamente por la institución, de acuerdo a la necesidad de cada área, se realizará un acompañamiento tanto logistico como digital, para transmitir el mensaje oportunamente y con creatividad, uno de los eventos mas importante y que la oficina acompaña en un 100% es la Rendición de Cuentas y Audiencia pública, ya que es un contacto directo con los usuarios, trabajadores y comunidad en general.

* Boletines Internos:

Los boletines se realizarán digital y seran estrictamente creados para informar a los trabajadores sobre temas institucionales, para mantener informado al personal en general.

* Reuniones:

Es un medio por el cual se mantiene informado, se toman decisiones y se capacitan a todos los trabajadores de la institución.

* + 1. COMUNICACIÓN INFORMATIVA:

Como ya se ha monstrado anteriormente la comunicación informativa, es otro campo de suma importancia para mejorar la imagen y la comunicación institucional, ya que son todos los mensajes que se quieren dar a conocer a los usuarios y demás comunidad interesada, es comunicar y divulgar externamente todas las actividades y proyectos realizados por la institución con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios de la institución.

Los canales y Herramientas que se utilizaran para brindar estos mensajes son:

* Imagen Corporativa:

El Hospital San Rafael tiene como fin cambiar la imagen institucional, para esto se crean estrategias, donde se unifiquen cada una de las actividades, proyectos tanto internos como externos, creando piezas graficas y formatos institucionales, donde esten adoptados el logo institucional, el eslogan institucional y demás información institucional importanta, que es creada para buscar una identigas y cultura organizacional.

* Página Web:

El sitio web es un medio que permite la transparecia institucional, ya que es donde se publica todo de la institución, la información legal que es exigida por los entes de control, los actos administrativos, los protocolos que se llevan a cabo dentro de la institución, actividades, campañas y proyectos que se realizan para satisfacer las necesidades del publico interno y externo.

* Boletines de Prensa:

Los boletines son escritos o grabaciones sean de audio o de video con información sobre los servicios de la institución, que se distribuyen por medios de comunicación masivos, como la radio, la prensa, televición, entre otros.

* Ruedas de Prensa:

Son el medio por el cual se convoca a los medios tradicionales como la prensa, radio, television, sitios web, entre otros, para brindarles una información de suma importancia y con impacto, para los usuarios y comunidad en general.

* Publicidad: Impresa y Digital:

Se realizan piezas gráficas donde se difunden los mensajes institucionales, la oficina de prensa y comunicaciones debe verificar todos los materiales publicitarios que se realicen en la institución.

* 1. **PROTOCOLO DE SOLICITUD:**

El protocolo responde a los principios de la Política de Prensa y Comunicaciones del Hospital, apoyando la gestión de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones frente a la demanda de sus servicios. Esta matriz nos ayuda con la organización para dar una atención oportuna y de calidad a todos los servicios y áreas de la institución, donde cada información que se deba difundir, provenga de la fuente oficial y sea inmediata. (Anexo 2)

* 1. **DISEÑO DE MENSAJES**

Para lograr un cambio de imagen ante los usuarios y comunidad en general, se debe tener en cuenta la misión, visión y objetivos institucionales, además un trabajo en equipo para unificar la imagen y crear una identidad y una cultura organizacional, donde se les brinde a los usuarios credibilidad, tranquilidad y transparencia, por esto en cada mensaje que se transmite, se debe complementar con el eslogan ¨transformando la atención en salud¨, los colores y el logo institucional, además se debe tener en cuenta para qué público va diriguido el mensaje, ya que depende de ellos el lenguaje que se usa en cada mensaje, para tener una unificación en los mensajes que se quieren transmitir, todo debe pasar por la oficina asesora d eprensa y comunicaciones, antes de ser impreso o publicado, al tener la aprobación del asesor, se puede realizar la publicación.

* 1. **ÁREA DE COMUNICACIONES**

La comunicación es la unión que se busca tener entre los grupos de interes y la organización, es darle un orden a los mensajes que se quieran transmitir desde la intitución, gestiona la proyección de la identidad, la imagen y la cultura organizacional, todas las estrategias que se plasman en este documento deben estar ligadas a la misión, visión y objetivos de la institución, por esto las funciones de la Oficina son:

* Asesorar a las áreas al crear mensajes de difusión, para cumplir con la identidad corporativa.
* Apoyar el diseño y elaboración de piezas graficas y de texto, de los mensajes que se quieran enviar.
* Acompañar actividades, reuniones, eventos, programas, entre otros, para generar información y realizar difución de estos.
* Hacer seguimiento y evaluación a la comunicación interna y a los procesos que tienen cada área.
	1. **ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN:**
* Socializar el plan estratégico de Comunicaciones: Dar a conocer el plan es muy importante, porque así los ciudadanod, usuarios y trabajadores tendran un panorama amplico de cómo es la comunicación en el Hospital San Rafael.

* Actualizar Carteleras Institucionales: Las carteleras es uno de los medios de comunicación internos mas importante y uno de los que con mas facilidad ven los trabajadores y usuan, por este motivo, se debe actualizar constantemente con información importante, interesante y verídica, mejorar la imagen, creando un espacio llamativo para los colaboradores y usuarios del Hospital.
* Utilizar pantalla de espera: Actualmente las pantallas no tienen un buen uso, por eso se deben habilitar, con información importante y veridica,, videos institucionales y demás información importante y que pueda hacer que la espera de todos los usuarios sea mas agradable.
* Redes Sociales: actualmente el Hospital cuenta con Fanpage, para que los usuarios y comunidad interna la conozcan, se debe realizar una campaña, en el día como minimo,se debe realizar una publicación de interes comun.
* Página web: La página web estará enlasada al Fanpage para tener una covertura más amplia y que la información que se publique, llegue mas público, ádemas la pagina se tendra actualizada con todo lo que dicta la ley de cada área.
* Plan de medios: Se debe realizar publicaciones en medios digitales y medios tradicionales, dando a conocer los servicios y programas que ofrece el Hospital, tambien se debe realizar sguimiento a estas publicaciones.
* Campañas institucionales: Por medio de Camapañas insentivar a los trabajadores, para mejorar cada día el servicio de la institución, fomentar el trabjao en equipo y crear en la comunidad interna sentido de pertenencia por la institución. ádemas para los usuarios por medio de flyer realizar la invitación a todas las actividades que se hacen, como lo son las jornadas de vacunación, lactancia materna, entre otras.
* Apoyo y acompaámiento de los eventos realizados por la Institución: La oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones realizara acompañamiento de todos los eventos, actividades, capacitaciones sean internas o externas, para realizar apoyo fotorafico y de video, así actualizar nuestras redes sociales y pagina web y mantener informada a la comunidad y usuarios tanto internos como externos.
* Revisión y Diseño de Mensajes de difusión: La oficina deberá estar al tanto de todos los mensajes que se quieran difundir por parte de la institución, para darle un control, un orden y mantener la cultura y la identidad organizacional.

5 Anexos.

Elaboró y Digitó:

Valentina Camacho Santanilla

Asesora de Prensa y Comunicaciones

Apoyó:

Ing. Sandra Milena Rincón