



Innovamos y nos transformamos para cuidarte mejor

## **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS 2026**

### **1. INTRODUCCIÓN**

Hacia una Rendición de Cuentas Transparente y Participativa

El presente documento establece el Plan Estratégico de Comunicación para el ciclo de Rendición de Cuentas Vigencia 2025 del Hospital Susana López de Valencia E.S.E. Esta estrategia se fundamenta en los principios ineludibles del derecho a la información pública, la transparencia en la gestión de los recursos del Estado y un enfoque transversal basado en los derechos humanos y la construcción de paz.

En este marco, el objetivo del Hospital no es meramente informar sobre su gestión, sino ir más allá: facilitar y fortalecer canales de interlocución efectivos y permanentes con los ciudadanos, pacientes, colaboradores y demás grupos de interés. Esta iniciativa se alinea directamente con nuestra misión institucional y reconociendo que la participación ciudadana es un pilar fundamental para la mejora continua y la legitimidad de nuestro servicio.

A continuación, se detalla el marco estratégico que guiará cada una de las acciones de comunicación y diálogo que se implementarán.

### **2. MARCO ESTRATÉGICO DEL PROCESO**

Una comunicación efectiva para la rendición de cuentas no es un acto espontáneo; requiere de un marco estratégico sólido que defina los principios, objetivos y audiencias clave. Este marco es la brújula que asegura la coherencia, la pertinencia y el impacto de todas las acciones a ejecutar, garantizando que el proceso sea más que una obligación normativa: una verdadera oportunidad para el fortalecimiento de la confianza pública. Los principios rectores que orientan esta estrategia, basados en las mejores prácticas de la gestión pública, son:





Innovamos y nos transformamos para cuidarte mejor

- **Enfoque en Derechos Humanos y Paz:** el proceso debe ser, en su esencia, participativo, incluyente e innovador, garantizando que todas las voces, especialmente aquellas históricamente menos escuchadas, tengan un espacio para ser oídas y tenidas en cuenta.
- **Centralidad del Ciudadano:** se considera al ciudadano no como un receptor pasivo de información, sino como un sujeto activo que, a través de su retroalimentación y participación, agrega valor invaluable a los procesos misionales y a la mejora de la gestión hospitalaria.
- **Contextualización y Flexibilidad:** los mecanismos y canales de comunicación se adaptarán a las condiciones dinámicas del entorno y a las características específicas de nuestros diversos grupos de valor, reconociendo que no existe una fórmula única para un diálogo efectivo.
- **Mejora Continua:** la rendición de cuentas es concebida como un ciclo de aprendizaje sucesivo y permanente, donde cada interacción y evaluación se convierte en un insumo clave para fortalecer la gestión pública y la calidad de nuestros servicios de salud.

### 3. OBJETIVOS

Para materializar estos principios, la estrategia de comunicación persigue los siguientes objetivos estratégicos:

- **Visibilizar la Gestión:** garantizar la difusión amplia, clara, oportuna y accesible de los avances, logros, retos y resultados de la gestión del Hospital Susana López de Valencia E.S.E., utilizando formatos y lenguajes comprensibles para todos los públicos.
- **Fomentar el Diálogo:** facilitar y mantener canales de interlocución permanentes y bidireccionales entre la entidad y sus grupos de valor, permitiendo una retroalimentación constructiva que enriquezca la toma de decisiones.
- **Fortalecer la Confianza:** promover y consolidar la confianza pública en el Hospital, fortaleciendo la imagen institucional a través de un ejercicio riguroso de transparencia, apertura y comunicación accesible.
- **Garantizar la Participación:** sensibilizar y capacitar activamente a la ciudadanía sobre su derecho fundamental a participar en el control y la evaluación de la gestión



pública, proveyendo las herramientas necesarias para un ejercicio informado de este derecho.

#### 4. IDENTIFICACIÓN DE AUDIENCIAS Y GRUPOS DE VALOR

El éxito de la estrategia depende de nuestra capacidad para entender y atender las necesidades específicas de cada grupo de interés. A continuación, se presenta una segmentación de nuestras audiencias clave:

Grupo de Valor	Necesidades de Información Prioritarias
Pacientes y sus familias	Calidad en la atención, mejoras en los servicios, avances tecnológicos, canales de PQR y resultados de gestión clínica.
Colaboradores del hospital	Estabilidad institucional, resultados de gestión, planes de desarrollo, transparencia en el uso de recursos y planes de bienestar.
Organismos de control	Cumplimiento de metas institucionales, ejecución presupuestal, transparencia contractual y respuesta a requerimientos normativos.
Medios de comunicación	Información veraz y oportuna, acceso a fuentes directivas, comunicados de prensa claros y datos sobre el impacto de la gestión.
Grupos étnicos y poblaciones con enfoque diferencial (comunidades indígenas, afrodescendientes, raizales, rom) y otras organizaciones sociales.	Acceso diferencial a servicios, pertinencia cultural en la atención, proyectos con impacto comunitario y canales de diálogo específicos.
Organizaciones sociales y veedurías	Datos abiertos sobre gestión, resultados de proyectos de interés público, espacios de control social y seguimiento a compromisos.
Comunidad en general	Impacto del Hospital en la salud pública regional, transparencia en el manejo de recursos públicos y acceso a información de interés general.



## 5. PLAN DE CONTENIDOS Y MENSAJES CLAVE

Estructurar un plan de contenidos robusto y multiformato, centrado en la transparencia y los resultados de la gestión.

### Los ejes temáticos prioritarios serán:

- Logros y desafíos en la atención al paciente y la gestión de servicios de salud.
- Avances tecnológicos, proyectos de innovación y mejora de infraestructura.
- Transparencia en el uso de los recursos financieros y procesos de contratación.
- Cumplimiento de metas institucionales y objetivos del plan de desarrollo.

### 5.1 Selección de Canales y Herramientas

Emplear una mezcla de canales para maximizar el alcance y la efectividad de la comunicación, adaptando las herramientas a cada audiencia y propósito. La estrategia priorizará enfoques innovadores, como la intervención de espacios públicos y las narrativas visuales de impacto, para llevar la rendición de cuentas al entorno cotidiano de la ciudadanía.

Tipo de Canal	Herramientas Específicas	Propósito Estratégico
Medios Tradicionales	Emisoras de radio locales, canales de televisión, comunicados de prensa.	Lograr un alcance masivo, generar credibilidad y llegar a audiencias sin acceso digital.
Medios Digitales	Página web (sección de transparencia), redes sociales (transmisiones en vivo, hilos explicativos en Twitter/X, historias interactivas en Instagram), canales de WhatsApp, para difusión, y blog institucional.	Fomentar la interacción directa, permitir la segmentación de audiencias y difundir información en tiempo real.

Comunicación Directa	Eventos presenciales, audiencias públicas participativas, reuniones zonales, mesas temáticas.	Facilitar un diálogo profundo y focalizado, recoger retroalimentación detallada y construir relaciones de confianza.
Espacios Públicos Innovadores	Afiches en espacios comunitarios (Centros de Salud, Gallarías, Salones Comunales, Polideportivos, Transporte Urbano) perifoneo,	Generar recordación, involucrar a la ciudadanía en su entorno cotidiano y comunicar mensajes de forma creativa y cercana.

## 6. PREPARACIÓN

Esta etapa consiste en la producción y alistamiento de todos los materiales, recursos e insumos necesarios para una ejecución impecable del plan de comunicaciones y los eventos de diálogo.

- **Producir Informes en Lenguaje Claro:** convertir toda la información técnica y los informes de gestión a un lenguaje ciudadano, claro y accesible. Producir formatos amigables como infografías, resúmenes ejecutivos.
- **Desarrollar Material Audiovisual:** Producir videos cortos, testimoniales y audios con directivos y funcionarios del Hospital, explicando los resultados clave de la gestión e invitando a la ciudadanía a participar activamente.
- **Planificar la Logística de Eventos de Diálogo:** Planificar en detalle la logística de los espacios de encuentro presenciales y virtuales, asegurando la accesibilidad universal (ej. interpretación a lenguaje de señas) y los recursos técnicos para la transmisión en vivo.
- **Diseñar la Campaña de Convocatoria:** Diseñar e implementar una campaña de difusión amplia y multicanal para convocar a todos los actores y grupos de interés, asegurando una participación representativa y diversa.



## 7. EJECUCIÓN (Puesta en Marcha)

Corresponde a la puesta en marcha de las acciones planificadas, llevando los mensajes y los espacios de diálogo a la ciudadanía.

- **Campaña de Expectativa (30 días previos al evento central)**

Lanzar una campaña intensiva para generar interés y movilizar la participación. Las acciones incluirán la difusión de comerciales en medios locales, la publicación constante de contenidos (videos, infografías) en redes sociales y la realización de entrevistas con directivos del Hospital en programas de alta audiencia.

- **Audiencia Central de Rendición de Cuentas**

Llevar a cabo el evento principal de rendición de cuentas, concebido como un espacio de diálogo abierto. Garantizar la transmisión en vivo por redes sociales, habilitar múltiples canales para recibir preguntas (redes sociales, chat, SIAU).

- **Comunicación Permanente**

La rendición de cuentas es un proceso continuo, no un evento aislado. Más allá de la jornada central, se mantendrá un calendario dinámico de comunicación proactiva durante todo el año para asegurar un flujo constante de información hacia la ciudadanía. Esto incluye la publicación de actualizaciones trimestrales sobre indicadores clave de gestión, la comunicación periódica sobre los avances en los planes de mejoramiento derivados de la retroalimentación ciudadana y la respuesta continua a las consultas recibidas a través de los canales institucionales, integrando así la transparencia en la operación diaria del Hospital.

## 8. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Esta fase transversal es crucial para medir la efectividad de la estrategia, asegurar el cumplimiento de los compromisos adquiridos y alimentar el ciclo de mejora continua.

- **Monitorear Indicadores Clave:** realizar un seguimiento riguroso de los indicadores clave para medir el éxito de la estrategia:



Innovamos y nos transformamos para cuidarte mejor

- ☞ Impacto y alcance de las publicaciones en medios de comunicación y redes sociales (impresiones, interacciones, alcance).
- ☞ Número y calidad de las interacciones y análisis cualitativo de la participación de la comunidad.
- ☞ Indicadores de asistencia (presencial) y visualización (virtual) de los eventos de diálogo.

## 9. CONCLUSIÓN

### Compromiso con la Mejora Continua y la Transparencia

Este Plan Estratégico de Comunicación formaliza y articula el compromiso indeclinable del Hospital Susana López de Valencia E.S.E. con una cultura de gestión pública fundamentada en la transparencia, la participación ciudadana y el diálogo permanente.

La implementación exitosa de esta estrategia no solo dará cumplimiento a un deber legal, sino que, fundamentalmente, fortalecerá la confianza pública, legitimará nuestra gestión y nos proporcionará insumos invaluable para la mejora continua en la prestación de servicios de salud.

