



# Resolución Directoral

Nº 196 -2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/DE

Jaén, 24 de abril del 2023

## VISTO:

El Informe Nº 032-2023-GR.CAJ-HGJ/URPII; el Memorando Nº 141-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/OPPE, el Informe Nº 014-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ-OPPE/WRV, el Informe Nº 026-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/URPII, el Informe Nº 012-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/OPPE, el Informe Nº 011-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ-OPPE/WRV, El Informe Nº 015-2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/URPII, relacionado con la aprobación del Plan de Trabajo de la Unidad de Relaciones Publicas e Imagen Institucional, y;

## CONSIDERANDO:

Que, la Ley Nº 26842 - Ley General de Salud, en los artículos I, II y VI del Título Preliminar, disponen que la salud es condición indispensable para el desarrollo humano y medio fundamental para alcanzar el bienestar individual y colectivo; la protección de la salud es de interés público. Por tanto, es responsabilidad del Estado regularla, vigilarla y promoverla; así mismo, establece que es de interés público la provisión de servicios de salud, cualquiera sea la persona o institución que los provea; y, es responsabilidad del Estado; promover las condiciones que garanticen una adecuada cobertura de prestaciones de salud a la población, en términos socialmente aceptables de seguridad, oportunidad y calidad;

Que, mediante la Resolución Ministerial Nº 826-2021/MINSA, de fecha 05 de julio del 2021, se aprobó la Norma para la Elaboración de Documentos Normativos del Ministerio de Salud, la cual tiene como objetivo establecer disposiciones relacionadas con las etapas de planificación, formulación o actualización, aprobación, difusión, implementación y evaluación de los documentos Normativos, que expide el Ministerio de Salud, en el marco de sus funciones rectoras; así como, establecer la aplicación de etapas estandarizadas, transparentes y explícitas para la emisión de documentos normativos del Ministerio de Salud;

Que, la Unidad de Relaciones Publicas e Imagen Institucional es el órgano encargado de dirigir y administrar las acciones y actividades de comunicación, información e imagen institucional y protocolo de relaciones públicas, depende funcional y administrativamente de la Dirección Ejecutiva, de conformidad con los lineamientos del sector, sustenta su funcionamiento y desarrollo de actividades en el Reglamento de Organización y Funciones del Hospital General de Jaén, aprobado por la Ordenanza Regional Nº D3-2022-GR.CAJ/CR;

Que, mediante informe Nº 015-2023-GR.CAJ.DRS-HGJ/URPII, el coordinador de la Oficina de Relaciones Publica e Imagen Institucional sustenta la necesidad de adoptar acciones a la optimización de la política comunicacional del Hospital General de Jaén, dotándose de un documento que establezca los lineamientos para la comunicación de las acciones estratégicas y operativas, así como la difusión de información y/o actividades del Hospital General de Jaén;





# Resolución Directoral

Nº *196* -2023-GR.CAJ-DRS-HGJ/DE

Jaén, *24* de abril del 2023

Que, resulta necesario aprobar el Plan de Trabajo de la Unidad de Relaciones Publicas e Imagen Institucional, que tiene como objetivo general: fortalecer el posicionamiento del Hospital General de Jaén, como institución que brinda servicios de salud de calidad y oportunidad a los usuarios promoviendo las buenas relaciones a nivel interno; y a la par, orientar y difundir a la ciudadanía de la cartera de servicios que ofrece el Hospital General de Jaén;

Por las consideraciones expuestas, contando con el visto correspondiente y la aprobación de la Dirección del Hospital General de Jaén, facultado mediante Resolución Ejecutiva Regional Nº D000057-2019-GRC-GR;

## SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – APROBAR el “Plan de Trabajo de la Unidad de Relaciones Publicas e Imagen Institucional”, el mismo que consta de sesenta y cinco (65) folios, y forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO. – ENCARGAR a la Unidad de Relaciones Publicas e Imagen Institucional, la implementación, difusión y supervisión a fin de dar cumplimiento al Plan de Trabajo, aprobado en el artículo precedente.

ARTÍCULO TERCERO. - DISPONER que el responsable de la administración y actualización del Portal de Transparencia para que publique la presente Resolución en el portal web Institucional del Hospital General de Jaén, [www.hospitaljaen.gob.pe](http://www.hospitaljaen.gob.pe).

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.**



GOBIERNO REGIONAL DE CAJAMARCA  
DIRECCION REGIONAL DE SALUD  
HOSPITAL GENERAL DE JAEN  
DIRECCION  
*Diana Mercedes Olivivar Joo*  
PATOLOGO CLINICO / CHPP 19406  
DIRECTORA EJECUTIVA

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

**PLAN DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL 2023.**



**JAÉN, FEBRERO 2023**

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

**DIRECTORA EJECUTIVA**

Mc. Patólogo- BOLÍVAR JOO, Diana Mercedes

**COORDINADOR**

Lic. GONZALES MENDOZA, José María

**ELBORADO POR:**

Lic. AHUMADA RONDÓN, Haydeé Elizabeth de los Milagros

**EQUIPO DE LA UNIDAD**

Lic. GONZALES MENDOZA, José María

Lic. AHUMADA RONDÓN, Haydeé Elizabeth de los Milagros

Tec. OBLITAS GARCÍA, Cristian

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## ÍNDICE

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b>
<b>II.</b>	<b>FINALIDAD</b>
<b>III.</b>	<b>OBJETIVOS</b>
	3.1. OBJETIVO GENERAL
	3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<b>IV.</b>	<b>ÁMBITO DE APLICACIÓN</b>
<b>V.</b>	<b>BASE LEGAL</b>
<b>VI.</b>	<b>CONTENIDO</b>
	6.1. ASPECTOS TÉCNICOS CONCEPTUALES (DEFINICIONES OPERATIVAS)
	6.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ASPECTO SANITARIO
	6.2.1. ANTECEDENTES
	6.2.2. PROBLEMA (MAGNITUD Y CARACTERIZACIÓN)
	6.2.3. CAUSAS DEL PROBLEMA
	6.2.4. POBLACIÓN O ENTIDAD OBJETIVO
	6.2.5. ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN
	6.3. ARTICULACIÓN ESTRATÉGICA Y OPERATIVA
	6.3.1. ARTICULACIÓN ESTRATÉGICA CON LOS OBJETIVOS Y ACCIONES DEL PEI
	6.3.2. ARTICULACIÓN OPERATIVA CON LAS ACTIVIDADES OPERATIVAS DEL POI
	6.4. ACTIVIDADES POR OBJETIVOS
	6.4.1. DESCRIPCIÓN OPERATIVA: UNIDAD DE MEDIDA, METAS Y RESPONSABLES
	6.4.2. COSTEO DE ACTIVIDADES POR TAREA
	6.4.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
	6.4.4. RESPONSABLE PARA EL DESARROLLO DE CADA ACTIVIDAD
	6.5. PRESUPUESTO
	6.6. FUENTE DE FINANCIAMIENTO
	6.7. ACCIONES DE SUPERVISIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN
<b>VII.</b>	<b>RESPONSABILIDADES</b>
<b>VIII.</b>	<b>ANEXOS</b>
<b>IX.</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>



**Fuente:** Directiva Sanitaria N° 326-MINSA/OGPPM-2022 Directiva administrativa para la formulación, seguimiento y evaluación de los planes específicos en el Ministerio de Salud.

	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## I.- INTRODUCCIÓN

El Hospital General de Jaén, con categoría II-1 desde el año 2005, como uno de los principales centros de referencias en la provincia de Jaén, norte de la región Cajamarca y Nor Oriente Peruano, en la prestación del servicio de salud de mediana complejidad, comprometido con la buena atención y satisfacción de los usuarios, ha emprendido un plan de Ordenamiento y Operatividad de su nueva infraestructura, para mejorar y brindar una atención humanizada.

Habían pasado ya más de siete años desde que se edificó la nueva infraestructura, y ahora su puesta en operatividad con una primera transferencia presupuestal, nos impone retos que encaminen, estratégicamente, las buenas relaciones internas y las comunicaciones externas, las cuales deberán estar plasmadas en un Plan de Comunicación Anual (documento con el cual no se ha contado en los últimos siete años).

Entendemos que todas las formas de comunicación se basan en los componentes emisor y receptor; he allí la necesidad de empezar a trabajar lineamientos que nos lleven a plasmar y/o transmitir la nueva imagen de este nosocomio. Contar con Plan Anual que se enfoque en transmitir una imagen pública definida, ya que la ciudadanía todavía no conoce en su totalidad de los nuevos cambios en la atención de la salud de las personas; un plan que cumpla con los principales objetivos de lograr la Identidad Institucional, Orientar, Educar y Promocionar la cartera de servicios y buenas relaciones internas y externas.

En conclusión, un plan de comunicación anual integral que analizará y buscará soluciones, para mantener las buenas relaciones al interior del nosocomio, que el personal interiorice el “Servimos de todo corazón” como slogan institucional; y la difusión y/o transmisión de los atributos del hospital, bajo la orientación del nuevo equipo directivo, administrativo y asistencial.

En cualquier caso. Hay que recordar que la gestión de la comunicación no es algo atribuible únicamente a un grupo de profesionales, sino que depende de todas las personas que formamos parte de la institución, por tanto, todos somos responsables en el devenir de las acciones que se pueden desplegar en este ámbito. La labor comunicacional es un proceso transversal y un factor que añade valor a la actividad propia del hospital.



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

Considerando que éste forma parte de un entorno que le impone responsabilidades como organización y que la comunicación es un instrumento de aproximación al mismo, las acciones a desarrollar deben obedecer a una estrategia planificada. Para valorar su efectividad es necesario coordinar necesidades, objetivos, políticas de comunicación, despliegue de acciones y el análisis de los resultados que se obtengan de las mismas.

## **II. FINALIDAD:**

Fortalecer la comunicación integral e imagen institucional en el Hospital General de Jaén

## **III. OBJETIVOS**

### **3.1 OBJETIVO GENERAL:**

Fortalecer el posicionamiento del Hospital General de Jaén como la institución que brinda servicios de salud de calidad, y oportunidad a los usuarios promoviendo las buenas relaciones a nivel interno; y a la par, orientar y difundir a la ciudadanía de la cartera de servicios que ofrece el HGJ.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- A. Desarrollar estrategias de comunicación para lograr el posicionamiento del Hospital General de Jaén, tanto en comunicación interna como externa, elaborando mensajes que se desarrollan a la realidad actual.
- B. Orientar y educar en temas de salud a público objetivo primario (30 a 50 años) y secundario (25 a 30 años), del Hospital General de Jaén (HGJ), desarrollando información relevante y relacionada a satisfacer al paciente y su entorno familiar.
- C. Desarrollar estrategias de Comunicación a través de la producción y difundir los procedimientos y acciones que se desarrollan en el marco del proceso de Ordenamiento y Operatividad de la nueva infraestructura del Hospital General de Jaén, empleando el uso de



	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

herramientas y técnicas comunicacionales sobre las actividades que realiza el HGJ que respalden la imagen.

D. Mantener actualizada la información institucional del HGJ, así como una rápida respuesta (Comunicación de Crisis) ante eventos circunstanciales de emergencia y/o urgencia.

E. Establecer alianzas interinstitucionales - protocolares, para lograr el desarrollo y ampliar la cobertura de la difusión de las actividades, campañas, servicios del HGJ.

#### IV. AMBITO DE APLICACIÓN:

El actual documento técnico, es de aplicación para la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.

#### V. BASE LEGAL

Ley N° 26842, Ley General de la salud y modificatorias

Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal

Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión, y modificatorias.

Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Ley N° 27658, Ley del Marco de Modernización de la Gestión del Estado.

Ordenanza Regional N° D3-2022-GR.CAJ/CR, Aprueba el reglamento de Organización y Funciones del Hospital General de Jaén.

Resolución Ministerial N°366-2017-MINSA. Aprobar el documento técnico: "Lineamientos de la política de Promoción de la Salud en el Perú". Derogar la resolución Ministerial N°111/2008 MINSA, que aprobó los "Lineamientos de Política de Promoción de la salud"

Resolución Ministerial N°111-2005-MINSA, aprueba los "Lineamientos de Promoción de la Salud"

Resolución Ministerial N° 478-2015-MINSA Directiva administrativa de acciones y procesos de prensa e información del Ministerio de Salud y sus organismos públicos adscritos.

Resolución Ministerial N° 350-94-SA/DM que aprueba la Política Nacional de Comunicación para la Salud en el Perú.

Resolución Ministerial N°526-2011-MINSA, aprueba las "Normas para la Elaboración de Documentos Normativos del Ministerio de Salud"



	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

Resolución Ministerial N°090-2022-MINSA. Aprobar la Directiva administrativa N° 326- MINSA/ OGPPM-2022, para la formulación, seguimiento y evaluación de los planes específicos en el Ministerio de Salud.

## VI. CONTENIDO

### 6.1. ASPECTOS TÉCNICOS CONCEPTUALES:

**HGJ:** Hospital General de Jaén

**Usuario Interno:** Personal del HGJ que interviene en la atención al usuario externo.

**Usuario Externo:** Todo usuario de salud que recibe la atención del personal de salud del HGJ.

**Protocolo:** Documento que tiene un conjunto de procedimientos específicos, ordenados y establecidos para realizar una actividad.

**Comunicación:** Intercambio de información que se produce entre dos o más individuos con el objetivo de aportar información.

**Comunicación Interna:** Intercambio de información que se da con el personal que labora en el HGJ

**Comunicación externa:** Intercambio de información que se da con los usuarios del HGJ.

**Mejora continua:** Consiste en que lo usuarios se sientan satisfechos con los servicios brindados.

**Personal de salud:** Toda persona que labora dentro de un establecimiento de salud.

**Personal Asistencial:** Grupo de personas; enfermeras, médicos de asistencia, técnicos de laboratorio.

**Clipping:** Es la recopilación de publicaciones de todos los medios.



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65
			

### 6.1.1 La Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional

La Unidad Relaciones Públicas e Imagen Institucional es un órgano de apoyo de la alta Dirección encargada de dirigir y administrar las acciones y actividades de comunicación, información e imagen institucional y protocolo de relaciones públicas, depende funcional y administrativamente de la Dirección Ejecutiva, de conformidad con los lineamientos del Sector, sustenta su funcionamiento y desarrollo de actividades en el Reglamento de Organización y Funciones del Hospital General de Jaén, aprobado por la Ordenanza Regional -N° D3-2022-GR.CAJ/CR.

#### a) Funciones de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional

Entre las que forman parte de la Unidad Relaciones Públicas e Imagen Institucional podemos mencionar:

- Elaborar, ejecutar, controlar y evaluar el plan de la Imagen Institucional y comunicación externa del Hospital
- Apoyar, supervisar y coordinar la aprobación de las publicaciones impresas y en medios electrónicos que generen las diferentes Unidades Orgánicas
- Brindar servicios de comunicación e información en salud, mediante el uso de perifoneo y radio hospital.
- Dar cobertura periodística a las actividades de la institución para su respectiva difusión y archivo según corresponda.
- Organizar, coordinar y dirigir actividades protocolares y oficiales
- Desarrollar campañas de publicidad en los diferentes medios de comunicación que permitan difundir los servicios y actividades del hospital.



Sin embargo, se debe considerar que la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional diariamente cumple con mayor número de acciones, ya que el Hospital lo requiere, por lo que deberían ser consideradas. en el ROF las funciones que a continuación se mencionan.

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### **Comunicación Interna:**

Entre las acciones diarias que elabora la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional se encuentran las siguientes:

#### **En radio hospital:**

Se difunden comunicados, convocatorias y noticias de interés institucional.

#### **En murales institucionales:**

Se difunden comunicados, convocatorias y noticias de interés institucional

Se mencionan y exponen los valores con los que se rigen el Hospital  
Se difunden flyer informativos y de orientación.

Otras de índoles comunicacional.

#### **En campañas y eventos:**

Se provee a los otros servicios y departamentos de material gráfico para la difusión de eventos o campañas.

Apoyo en tomas fotográficas y videos.

Difusión de eventos, campañas o talleres a realizarse.

Apoyo en la Producción y realización de eventos.

Difusión de actividad realizada en la web, redes sociales y murales.

Se organizará los eventos representativos del HGJ, cómo Aniversario de la Institución, Fiestas Patrias, Día del Médico, Día de la Enfermera, Día de la Obstetra, Día del Técnico de Enfermería, Fiestas Navideñas.

#### **En página web y redes sociales:**

Difusión de eventos institucionales a realizarse.

Publicación de notas de prensa y fotografías de campañas y eventos institucionales.

La estrategia de marketing digital será encabezada por la utilización de nuestro FanPage a través de Facebook, el cual nos permitirá comunicar de manera eficiente información relevante del Hospital General de Jaén y así generar Feedback de parte de nuestra comunidad.

La utilización de la cuenta de YouTube será la encargada de transmitir en video los eventos seleccionados como relevantes para ser comunicados a nuestro target.



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

A través del Manual de uso de Redes Sociales se debe realizar un plan de trabajo para el uso de WhatsApp como herramienta de comunicación institucional interna.

#### **En el protector de pantalla:**

Difusión de flyer de actividades internas  
 Difusión de flyer de Orientación y educación al personal

#### **Reunión Anual:**

Se convocará a reunión con los jefes de los servicios para mantenernos informados de todos los logros que se tiene en el hospital, mes de diciembre.

#### **Uso del Auditorio y sala zoom:**

Las áreas y departamentos del Hospital General de Jaén deben coordinar con anticipación el uso del auditorio y la sala zoom, respetar los horarios, asimismo deberán coordinar con el área de informática el uso del proyector, laptop y devolución de la misma

#### **Comunicación externa:**

Dentro de estos canales comunicacionales encontramos la página web, redes sociales, circuito cerrado, material gráfico, entre otros.

#### **En Comunicación Social:**

- Promueve y difunde estilos de vida saludables.
- Desarrolla mecanismo de información, prevención y educación de la comunidad.
- Ejecuta mecanismos de comunicación dirigida a los pacientes y acompañantes.
- Apoya la socialización de los programas y proyectos de las diferentes áreas productivas del Hospital.

#### **Campañas de salud:**

1. Campaña de Salud renal y diabetes
2. Campaña ¡y tú! ¿Qué SIS tienes?
3. Campaña ¡Chapa tu SOAT!
4. Campañas de los programas preventivos promocionales.



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

### En Relaciones Públicas:

Promociona en medios masivos, casos sociales e intervenciones de alta especialización para promover la imagen institucional.  
 Informa a la población la oferta de servicios que brinda el Hospital.  
 Desarrolla las actividades protocolares.  
 Se gestiona alianzas estratégicas con instituciones, personajes públicos, entre otros.

### En prensa y audiovisuales:

Recaba información de diferente índole en el hospital, para que los usuarios se informen de temas coyunturales.  
 Generar estrategias de difusión de los diferentes planes y proyecto de la organización en los medios de comunicación masiva.  
 Creación de videos y diseños que ayudan a la difusión y fáciles entendimientos del público usuario de los servicios y campañas que se realizan en el hospital.

### Perifoneo:

Se busca mantener informada a la población de los servicios que se brindan y las campañas que se realizan y llevan a cabo dentro del HGJ.

### b) Recursos Humanos

La Unidad de Comunicaciones está conformada por:

N°	Cargo clasificado	Cargo
1	Comunicador	Encargado (Comunicación Interna)
2	Comunicador	(Comunicación Externa)
3	Técnico	(audiovisuales / redes sociales)



### c) Estrategias de Comunicación externa:

La información que se verterá a la población deberá ser previamente analizada y segmentada, para brindar un lenguaje fácil de entender para nuestro público objetivo.

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### **Circuito cerrado de tv:**

La Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional tiene a cargo la red de televisores del Hospital, a través de videos se difundirá la siguiente información:

Derechos y deberes de los pacientes  
 Promoción y prevención de la Salud  
 Video Institucional  
 Video de prevención en salud y accidentes  
 Videos relacionados a salud de interés a nuestro público objetivo  
 Información sobre procesos de atención.  
 Casos exitosos.

### **Mantenimiento y actualización de la página web y redes sociales:**

Se busca difundir toda información competente al Hospital; además de posicionar al Hospital en la mente de nuestro target, así como dar a conocer los diferentes servicios que brinda nuestro nosocomio. Promover las diferentes campañas de salud, informar con notas de prensa, temas breves de salud, artículos, investigaciones, calendarios de eventos, boletines virtuales, noticias de la semana. A su vez pretendemos renovar la página, tanto que permita al usuario conocer al Hospital.

Con las redes sociales se busca llegar de manera rápida y eficaz, sostenible en el tiempo, a nuestro público objetivo, con tips de salud, publicaciones y actividades y fotos de nuestros servicios.

- Derechos y deberes de los pacientes
- Promoción y prevención de la Salud
- Video Institucional
- Video de prevención en salud y accidentes
- Videos relacionados a salud de interés a nuestro público objetivo
- Información sobre procesos de atención.
- Casos exitosos.



### **Material gráfico**

Los materiales educativos impresos, son un medio que puede apoyar y mediar en el proceso de aprendizaje colaborativo; este enfoque de aprendizaje puede verse como un logro.

Los materiales educativos impresos (folletos, trípticos, dípticos, etc.) juegan un rol importante de mediación de la interacción humana. Considerar a los materiales gráficos como parte de un contexto de interacción social.

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65
			

## Letreros y Paneles

Los letreros y paneles son un medio de identificación de nuestra institución. Los paneles y letreros externo, permiten que nuestro público objetivo nos reconozca fácilmente y ayuda a una rápida ubicación de nuestro Hospital. Por otro lado, los letreros y paneles internos, permiten que nuestro público usuario ubique las áreas rápidamente dentro de nuestro Hospital, asimismo, permite que haya una comunicación directa con nuestros usuarios, apoyando en la labor de fácil acceso a la información.

### Monitoreo de noticias:

Tiene como objetivo mantener informados y actualizados a los directivos del Hospital General de Jaén. Así mismo elaborar folios con las noticias recortadas de los diarios en las cual se puedan identificar las noticias.

Identifica errores de transmisión, corregir enfoques noticiosos, evaluar el desempeño de los medios en materia de noticias dadas por la institución. Por lo que realizará monitoreo diario.

### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

La Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional ha definido su Plan de Trabajo tomando en cuenta ciertos criterios, entre los que podemos mencionar los siguientes:

- 1.- Producción histórica
- 2.- Factores externos e internos

### Imagen Institucional:

Trabajar videos y material audiovisual que ayude a la difusión de las especialidades y servicios que ofrece el Hospital para su difusión en canales abiertos y cerrados.

### Publicidad:

**Medios de Comunicación:** Crear una base de datos con aliados estratégicos en distintos medios de comunicación y mantener una interacción directa con estos.

Mantener las buenas relaciones con canales de tv, prensa escrita, radio, etc.



	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65
			

Se buscará trabajar el lanzamiento de la nueva imagen del Hospital, difusión de logros obtenidos, adquisiciones, etc.

**Redes Sociales y web:** Utilizaremos la página web institucional, Facebook, WhatsApp y YouTube como herramientas de difusión de campañas, actividades, actualizaciones, ofrecidos a la población en general y al personal interno. Generaremos publicaciones de notas actuales sobre el sector e información de interés para nuestro segmento objetivo. Se propone una nueva página.

**Publicidad directa:** Al público externo se entregará folletería sobre salud, prevención y otros. Para el personal interno se usará la comunicación vía mail para envío de comunicados, novedades y próximas actividades.

Además, se mantendrá el uso de murales para mantener informado al personal interno. Y externo.

Al mismo tiempo se realizarán paneles y letreros publicitarios e informativos externos e internos, los cuales ayudarán al público usuario a ubicar fácilmente nuestro Hospital y los servicios que ofrecemos.

**Circuito cerrado tv:** Realizar videos institucionales y educativos nuevos, así como la programación semanal del circuito cerrado.

**Relaciones públicas:** Se buscará trabajar cooperativamente con las instituciones como GORE, DISA JAEN, MUNICIPALIDAD, DEFENSORÍA. Y mantener comunicación fluida con aliados de comunicación masiva. Esto ayudará para las propuestas de trabajo que se elaboren en el 2023.

**Radio Hospital:** Se continuará con el perifoneo interno para avisos y comunicados al personal administrativo, asistenciales y público externo.

Hacer más amigable el perifoneo en contenido y formas.



## 6.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ASPECTO SANITARIO.

### 6.2.1 Antecedentes:

La Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional, inició sus actividades en noviembre del 2020.

Durante este año se dio inicio a las actividades de comunicaciones en el Hospital General de Jaén puesto que, anteriormente no se contaba con esta Oficina.

	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

Sin embargo, a pesar de las deficiencias que se tenía, se logró posicionar a la institución, de tal manera que en el 2020 se atendió a 16920 pacientes, 2021- 21534 pacientes y en el año 2022- 23776 pacientes.

En el año 2021 la URPII adquirió equipos tecnológicos de alta gama como; cámara fotográfica, micrófonos, trípode, monopie, parlantes, computadores de Core I7, equipamiento que permitió desarrollar material de difusión con mejor calidad. Así mismo se inicia la elaboración de los documentos de gestión; como el Manual de Procedimientos (MAPRO) del área, el Manual de Imagen Institucional, y el Plan de Comunicaciones. Del mismo modo se realiza el cambio de logo del Hospital General de Jaén aprobado a través de la Resolución Directoral N°082-2021-GR.CAJ.DRS-HGJ/DE, logo que da un cambio de imagen a la Institución.

A partir de ello la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional da un giro para mejora continua, en temas comunicacionales.

Las unidades productoras del Hospital General de Jaén, hasta la fecha conocen las funciones principales de la URPII, ante ello Comunicación interna ha ido mejorando notablemente en un 90% logrando así tener mejor manejo de la Información que se emite a los usuarios del Hospital General de Jaén.

Esta Unidad no sólo de encarga de emitir información de los servicios que ofrece la Institución sino también implementó estrategias de Comunicación para Educar a la población en cuanto al cuidado de su salud, es decir realiza actividades preventivas comunicacionales, orienta a la población en procedimientos y flujos de atención al usuario para tener accesibilidad, a los servicios.

Actualmente la URPII cuenta con una nueva página web, Facebook, Instagram, You tube y medios de comunicación interna como, radio hospital, protector de pantalla, Whatsapp, periódicos murales y también difusión por medios de comunicación locales, regionales y nacionales. De tal manera que el Hospital General de Jaén es conocido a nivel de todo el Perú, como el hospital referencial del nororiente peruano.



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

## 6.2.2 Problema (Magnitud y Caracterización)

ANÁLISIS FODA DE UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL	
ANÁLISIS INTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal identificado con la institución.</li> <li>Equipamiento de la Unidad.</li> <li>Infraestructura nueva</li> <li>Trabajo en equipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Falta de personal</li> <li>Espacio reducido de la Unidad</li> <li>No se cuenta con almacén propio</li> <li>Falta de capacitación</li> </ul>
ANÁLISIS EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>Reconocimiento como unidad de apoyo y difusión de información.</li> <li>Herramientas de trabajo eficientes.</li> <li>Uso de redes sociales y Whatsapp</li> <li>El HGJ se ha convertido en el hospital referencial del nororiente peruano.</li> <li>Incremento de presupuesto este año 2023.</li> <li>Apoyo en el desarrollo de ideas creativas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Información malintencionada o errónea de algunos medios de comunicación.</li> <li>Cambio en la planeación de eventos</li> <li>No lograr que en las campañas tenga un buen número de usuarios, a pesar de tener difusión.</li> </ul>



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### 6.2.3 Causas del Problema:

- Falta de conocimiento del personal de salud para comunicarse adecuadamente con los familiares de los pacientes.
- Falta de conocimiento de los procesos administrativos y legales de la institución.
- Desconocimiento de las normas básicas de la salud.
- Falta de compromiso del personal asistencial para mejorar la atención en salud.

### 6.2.4 Población objetivo:

Todos los departamentos asistenciales, unidades administrativas del Hospital General de Jaén, usuarios del Hospital General de Jaén entre 25 a 65 años de edad.

### 6.2.5 Alternativas de solución:

Elaboración y Ejecución del Plan Anual de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.

## 6.3 ARTICULACION DE ESTRATEGIA Y OPERATIVA

### 6.3.1 Articulación estratégica con los objetivos y acciones del PEI

Los enfoques de orientación consideran a la persona como el centro de desarrollo y propósito sostenible del país. Ante ello los elementos que comprende el plan estratégico de Desarrollo Nacional (PEDN) coloca la atención de las personas y su vida en comunidad, considerando los enfoques de derechos humanos, género, interculturalidad, igualitario y territorial, incluyendo el desarrollo humano, desarrollo social e institucional, desarrollo ambiental y desarrollo económico, y acceso al entorno digital.



En Contexto con las prioridades establecidas, el PEDN propone una apuesta estratégica para el desarrollo del país en el largo plazo, organiza en 4 objetivos Nacional (ON), siendo el objetivo nacional: "Alcanzar el pleno desarrollo de las capacidades de las personas, sin dejar a nadie atrás", que enfrenta al Reto: "Sistema de la salud deficiente en recursos humanos y logísticos que atenta contra la integridad física y mental de los ciudadanos", que impide que las

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

personas se desarrollen y aproveche plenamente sus capacidades y vivan mejor. Teniendo por ello que “Desarrollar e integrar la gestión de la salud”, y colocar como intervención prioritaria el: Mejorar la capacidad resolutoria del primer nivel de atención para brindar salud física y mental; Asegurar los recursos humanos y logísticos para el funcionamiento del sistema de salud preventiva y especializada; y dotar de una estrategia sanitaria a largo plazo para respuestas desde la salud ante futuras pandemias; laboratorios e institutos especializados de investigación.

### 6.3.2 Articulación Operativa con las actividades operativas del POI

El plan operativo institucional Multianual 2021-2023, el cuál es establecida en el Plan Estratégico Institucional 2018-2025 del Gobierno Regional de Cajamarca en el cual tenemos el OEI.12 Fortalecer la Gestión Institucional del Gobierno Regional de Cajamarca. AEI.12.08 Gestión de la inversión pública eficiente en beneficio de los ciudadanos del Departamento de Cajamarca. AOI00104700218-0054514 Acciones de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.

## 6.4 ACTIVIDADES POR OBJETIVO:

### 6.4.1 Descripción Operativa: Unidad de Medida, metas y responsables

OE1. Acciones de Relaciones Públicas e Imagen Institucional



OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	TAREAS
Generar estrategias de comunicación y proponer acciones para fortalecer la comunicación integral e imagen institucional en el hospital, de manera efectiva y	Fortalecer la cultura organizacional proponiendo mejoras en los canales de comunicación interna usados por el personal administrativo y asistencial del Hospital	Planificar las actividades de la URPII	Elaboración, aprobación y difusión del plan de Comunicaciones de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional.
		Difusión de información a través de canales internos del HGJ	Desarrollo de murales institucionales. Envío semanal de correos electrónicos informativos al personal que labora en el HGJ. Envío de spot o comunicados por la radio hospital Difusión de flyer y Comunicados a través del protector de pantallas. Manejo del portal de transparencia para difusión de la agenda y actividades internas. Monitoreo de medios
	Desarrollar información	Elaboración y difusión de información	Elaboración de folletería, flyer y merchandising.

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

sostenible en el tiempo.	relevante y relacionada a la atención de emergencias y urgencias para satisfacer al paciente y su entorno familiar.	relacionada a la promoción y prevención de enfermedades comunes.	Elaboración y difusión de videos Elaboración y difusión de notas periodísticas. Elaboración y difusión de comunicados y spot radiales Elaboración de paneles y letreros externos e internos, publicitarios e informativos. Campañas de salud renal, SOAT,SIS,
	Fortalecer las relaciones con la comunidad, organizaciones sociales y gobierno locales.	Organización, acompañamiento y difusión de los eventos, charlas realizadas por el hospital.	Eventos protocolares, Inauguraciones Capacitaciones Acompañamiento a la alta dirección a reuniones con los gobierno locales y regionales.











**nexo 03: Matriz de Presupuesto y/o Financiamiento**

**Pliego** : 445 Gobierno Regional del Departamento de Cajamarca

**U.E.** : 001047 Región Cajamarca - Hospital General de Jaén.

**C.Costo** : Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional

**Actividad Operativa (AO): Fortalecer la Gestión Institucional del Gobierno Regional de Cajamarca**

		Bienes y Servicios								
		Específica de Gasto	Detalle del Bien o servicio			Unidad Medida	Cantidad	Meses	Costo Unitario	Presupuesto Total
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		SOBRE MANILA			UNIDAD	50		0.8	13
2.3.15.10	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		CHINCHES			CIENTO	100		0	3.7
2.3.15.11	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		FASTENER			UNIDAD	50		0	9.7
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		FOLDER MANILA			UNIDAD	50		0.5	18
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		LAPICEROS TINTA SECA			CIENTO	100		0.5	25
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		GLOBOS : AZUL, BLNCO, ROJO			CIENTO	6		0.3	62.4
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		HOJA A3			MILLAR	1000		0.5	49
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		ARCHIVADOR			UNIDAD	10		6.7	40.2
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		SOBRES BLANCO			UNIDAD	100		0	5
2.3.15.13	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		FUNDA PARA CD			CIENTO	100		0	100
2.3.15.13	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		CD			CIENTO	100			159
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA		CARTULINA DE HILO BLANCO			CIENTO	100		0.8	10



2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	PAPEL A 4	MILLAR	3	30	90
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	CINTA ADHESIVA	UNIDAD	5	5	15
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	SILICONA LIQUIDA PARA MANUALIDADES X250 ML	UNIDAD	6	5.00	30.00
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	AGENDA	UNIDAD	4	20.00	80.00
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	PAPEL LUSTRE: azul, rojo, morado, celeste, rosado, rojo, verde.	UNIDAD	60	1.00	60.00
2.3.15.12	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	PLUMONES DE PIZARRA	UNIDAD	6	18.00	18.00
2.3.15.9	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	LAPICEROS AZULES TINTA LIQUIDA	UNIDAD	50	25.00	25.00
2.3.15.10	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	TINTA PARA TAMPON	UNIDAD	3	5.00	15.00
<b>SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.15.12</b>						
2.3.199.14	SIMBOLOS, DISTINTIVOS Y CONDECORACIONES	PLACA RECORDATORIA ACRILICA	UNIDAD	2	250.00	500.00
2.3.199.14	SIMBOLOS, DISTINTIVOS Y CONDECORACIONES	PLACA RECORSA TORIA DE BRONCE	UNIDAD	2	480.00	960.00
2.3.199.14	SIMBOLOS, DISTINTIVOS Y CONDECORACIONES	BANDEROLA DE PANA	UNIDAD	1	1,800.00	1,800.00
<b>SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.199.14</b>						
2.3.29.11	CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS	CONTRATACION DE PROFESIONAL DE OPERADOR DE MEDIOS	PERSONA	1	11	3,200.00
2.3.29.11	CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS	SERVICIO DE DISEÑO Y ELABORACION DE MERCHANDISING	PERSONA	1	1	3,500.00
<b>SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.29.11</b>						
2.3.27.11.5	SERVICIOS DE ALIMENTACION POR CONSUMO	AGUA	DOCENA	6	12.50	75.00
<b>SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.27.11.5</b>						
2.3.199.13	LIBROS, DIARIOS,REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO	GIGANTOGRAFIAS DE LONA DE 1.20 DE ANCHO X 2 DE ALTO + ESTRUCTURA	UNIDAD	5	11	280.00
2.3.199.13	LIBROS, DIARIOS,REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO	GIGANTOGRAFIAS, DE LONA DE 1.80 DE ANCHO X 1.20. DE ALTO + ESTRUCTURA	UNIDAD	10	11	128.00
2.3.199.13	LIBROS, DIARIOS,REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO	FOLLETOS	MILLAR	3	11	280.00
2.3.199.13	LIBROS, DIARIOS,REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO	TRIPTICOS	MILLAR	3	11	280.00
2.3.199.13	LIBROS, DIARIOS,REVISTAS Y OTROS BIENES IMPRESOS NO	PERIODICOS	UNIDAD	336	12	2.50
<b>SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.199.13</b>						
						<b>5200</b>



Versión: 01      Fecha: 16/febrero/2023      Páginas: 65

SUB TOTAL CLASIFICADOR DE GASTO: 23.199.13	50,435
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	

### 6.4.3 Cronograma de Actividades

#### Anexo 02: Matriz de programación de metas físicas y financieras

**PLIEGO** : 445 Gobierno Regional del Departamento de Cajamarca  
**UE.** : 001047 Región Cajamarca - Hospital General de Jaén.  
**C.Costo** : Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional

ESTRUCTURA PROGRAMÁTICA	
<b>CATEGORIA:</b>	9002: ASIGNACIONES PRESUPUESTARIAS QUE NO RESULTAN EN PRODUCTOS
<b>PRODUCTO:</b>	99999: SIN PRODUCTO
<b>ACTIVIDAD:</b>	Fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional de Cajamarca
<b>SEC.FUN.:</b>	Comunicación e información oportuna a los ciudadanos del departamento de Cajamarca

GENERICAS DE GASTO	RUBRO		TOTAL
	00	09	
2.3 BIENES Y SERVICIOS			0
2.6 ACTIVOS NO FINANCIEROS			0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

OEI.12	Fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional de Cajamarca															
	AEI.12.8	Actividad Operativa	Tareas	Unidad Medida	Meta	Ejecución mensual										
Ene						Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
	Comunicación e información oportuna a los ciudadanos del departamento de Cajamarca															





**6.4.3 Responsable para el desarrollo de actividades**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESPONSABLE
Actividades Protocolares Actividades Oficiales Efemérides Documentos de Gestión Elaboración de flyer y cartelería interna Murales internos. Manejo de página web institucional.	<b>Equipo de Comunicación Interna</b>
Difusión en medios de comunicación: radio, tv, periódicos, redes sociales Elaboración de material audiovisual Elaboración de estrategias de Campañas preventivas	<b>Equipo de Comunicación Externa</b>









	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## 6.5 FUENTE DE FINANCIAMIENTO:

**Fuente de financiamiento:** Recursos Ordinarios

**Categoría presupuestal:** 00001- Gastos Corrientes

**Actividad presupuestal:** 5000861: Imagen Institucional

**Genérica de gasto:** 0054514-Acciones de Relaciones Públicas

## 6.7 ACCIONES DE SUPERVISIÓN, MONITOREO Y EVALUACIÓN

Se realizará el monitoreo, supervisión, y evaluación a los planes y actividades con la finalidad de poder evaluar el cumplimiento de las metas presupuestales, este plan se realizará la supervisión, monitoreo y evaluación con el FORMATO 3 (Anexo n°3)

## VII. RESPONSABILIDADES

### 7.1 Nivel Nacional

No aplica

### 7.2 Nivel Regional

No aplica

### 7.3 Nivel Local

La Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional es responsable de la elaboración, ejecución, seguimiento, evaluación del plan y emitir el informe de cumplimiento a las Dirección Ejecutiva

## VIII. ANEXOS

8.1 Plan de salud renal y diabetes

8.2 Plan comunicación ¡Y tú! ¿Qué SIS tienes?

8.3 Plan de comunicación campaña CHAPA TU SOAT

8.4 Plan de comunicación en crisis.

8.5 Plan de los Programas Preventivos Promocionales de la salud



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## 8.1 Plan de comunicación Campaña Salud Renal y Diabetes

### INTRODUCCIÓN:

La insuficiencia Renal y la diabetes son enfermedades que se han convertido en una de las más grandes afectaciones de la salud de la población de Jaén, la mala alimentación, malos hábitos alimentarios, el mantener una vida sedentaria y la falta de información sobre el cuidado de la salud, han causado este lamentable escenario.

Ante esta problemática la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional en marco a sus funciones a previsto la elaboración de este plan de comunicaciones que permitirá guiarse para el desarrollo de actividades informativas, las mismas que tiene como fin crear conciencia en cada una de las personas, y así evitar que existan problemas renales a futuro, y estas personas puedan tener una vejez saludable.

### OBJETIVO:

Contribuir a prevenir la proliferación de estas dos enfermedades como son; la insuficiencia renal y la diabetes, así mismo orientar a la población a la adopción de formas de vida saludables.

### ÁMBITO DE INTERVENCIÓN:

Localidad de Jaén

### DURACIÓN:

Febrero 2023 – diciembre 2023

### ESTRATEGIAS:

- 1.- Educación masiva
- 2.- Entrega de llaveros y gorros
- 3.- Disfraz de riñón
- 4.- globos

### ACTIVIDADES:

- 1.- Elaboración de flyer
- 2.- Elaboración de folletos
- 3.- Elaboración de spot
- 4.- Organización de activaciones
- 5.- Notas de prensa
- 6.- Entrevistas radiales



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

- 7.- Realización de videos
- 8.- Entrevistas televisivas

**LUGARES PARA ACTIVACIONES:**

1. Consultorios externos
2. Admisión
3. Parque central
4. Mercado 28 de julio
5. Terminal TEPSUR





PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

Versión: 01

Fecha: 16/febrero/2023

Páginas: 65



PROGRAMA DE DIFUSIÓN

ACTIVIDADES	TAREAS	UNIDAD DE MEDIDA	META	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1.- Elaboración de flyer.	Al mes se realizarán 4 flyer diarios que se colgarán por la página de Facebook	48	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.- Elaboración de folletos	Un tríptico sobre salud renal y diabetes, diálisis y hemodiálisis	2 millares (1c/u)	2000	2											
3.- Elaboración de spot	Se realizará 5 spots respecto al tema del cuidado de los riñones, diabetes y SIS	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.- Organización de activaciones	Se organizará 1 activación dentro o fuera del Hospital al mes en cual se dará un pequeña charla y se entregará el polo y gorros y también globos	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5.- Notas de prensa	Se realizará 1 notas de prensa al mes en la cual se considera esos dos insuficiencia renal, diabetes y SIS	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6.- Entrevistas radiales	Se realizará entrevistas radiales una vez al mes	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.- Realización de videos	Se elaborará un video informativo, se escogerá voceros especializados en el tema.	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8.- Entrevistas televisivas	Se elaborará mínimo una entrevista al mes en vivo y en directo	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## PRESUPUESTO:

ACTIVIDADES	TAREAS	GASTO EN SOLES
1.- Elaboración de flyer	Diseñar	Forma parte del Plan General
2.- Elaboración de folletos	Diseñar dos folletos	0
3.- Elaboración de spot	Guion	0
4.- Organización de activaciones	Globos impresos Disfraz Llaveros Gorros	0
5.- Notas de prensa	Diario Ahora Jaén	Forma parte del Plan General
6.- Entrevistas radiales	Radio Maraón	Forma parte del Plan General
7.- Realización de videos	Programación de videos con especialistas	Forma parte del Plan General
8.- Entrevistas televisivas	Programación de entrevistas con especialistas	Forma parte del Plan General



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## 8.2 Plan de comunicación Campaña ¡y tú! ¿Qué SIS tienes?

### INTRODUCCIÓN:

El Seguro Integral de Salud (SIS) es un Organismo Público Ejecutor del MINSA que tiene como objetivo proteger la salud de los peruanos, existen 3 tipos de seguro SIS, el Seguro Integral de Salud Gratuito, el Seguro Integral de Salud Independiente y el Seguro Integral de Salud Emprendedor.

El Hospital General de Jaén siendo una Unidad Ejecutora encargada de brindar servicios de salud de calidad a pacientes SIS y particulares, tiene una cartera de servicios especializados en tanto a ello la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional tiene el objetivo de informar a toda la población de esto servicios, además de orientar a los usuarios sobre el uso de su Seguro de salud, los tipos de seguro y los beneficios que tiene con este.

Es por ello que se ha pensado realizar una campaña informativa de los usos y beneficios que el SIS puede brindar, para mantener informada a la población y tener mayor accesibilidad.

### OBJETIVO:

Orientar a la población respecto a tipos de SIS que existen, sus beneficios como usuario y como poder tener mucha mayor accesibilidad.

### ÁMBITO DE INTERVENCIÓN:

Localidad de Jaén

### DURACIÓN:

Febrero 2023 – diciembre 2023

### ESTRATEGIAS:

- 1.- Educación masiva
- 2.- Disfraz de muñeco SIS
- 3.- Globos Impresos

### ACTIVIDADES:

- 1.- Elaboración de flyer
- 2.- Elaboración de folletos
- 3.- Elaboración de spot
- 4.- Organización de activaciones
- 5.- Notas de prensa
- 6.- Entrevistas radiales
- 7.- Realización de videos
- 8.- Entrevistas televisivas

	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### LUGARES PARA ACTIVACIONES:

1. Consultorios externos
2. Admisión
3. Parque central
4. Mercado 28 de julio
5. Terminal TEPSUR





PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

Versión: 01

Fecha: 16/febrero/2023

Páginas: 65



## PROGRAMA DE DIFUSIÓN

ACTIVIDADES	TAREAS	UNIDAD DE MEDIDA	META	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1.- Elaboración de flyer	Al mes se realizarán 4 flyer diarios que se colgarán por la página de Facebook	48	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.- Elaboración de folletos	Un folleto de SIS	2 millares	2000	1											
3.- Elaboración de spot	Se realizará 5 spots respecto al tema del cuidado de los SIS	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.- Organización de actividades	Se organizará 1 activación dentro o fuera del Hospital al mes en cual se dará una pequeña charla y se entregará el polo y gorros y también globos	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5.- Notas de prensa	Se realizará 1 notas de prensa al mes	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6.- Entrevistas radiales	Se realizará entrevistas radiales una vez al mes	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.- Realización de videos	Se elaborará un video informativo, se escogerá voceros especializados en el tema.	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8.- Entrevistas televisivas	Se elaborará mínimo una entrevista al mes en vivo y en directo	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

**PRESUPUESTO:**

ACTIVIDADES	TAREAS	GASTO EN SOLES
1.- Elaboración de flyer	Diseñar	Forma parte del Plan General
2.- Elaboración de folletos.	Diseñar dos folletos	0
3.- Elaboración de spot	Guión	0
4.- Organización de activaciones	Globos impresos Disfraz Llaveros	0
5.- Notas de prensa	Diario Ahora Jaén	Forma parte del Plan General
6.- Entrevistas radiales	Radio Marañón	Forma parte del Plan General
7.- Realización de videos	Programación de videos con especialistas	Forma parte del Plan General
8.- Entrevistas televisivas	Programación de entrevistas con especialistas	Forma parte del Plan General



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### 8.3 Plan de comunicación Campaña ¡chapa tu SOAT!

#### INTRODUCCIÓN:

El Hospital General de Jaén es una institución que tiene como fin brindar servicios de salud de calidad a toda la población de Jaén, atiende consultorios externos, urgencias y emergencias, siendo esta última uno de los servicios que mayor concurrencia presenta, puesto que recibe a muchos pacientes en estado crítico a causa de accidentes tránsito, en su mayoría estas personas no cuentan con SOAT, teniendo así muchos problemas para coberturar sus necesidades médicas, sin embargo actualmente el HGJ viene solucionando dichos problemas con el único objetivo de que el paciente pueda ser atendido oportunamente. Por ello la Unidad de Relaciones Pública e Imagen Institucional tiene establecido realizar campañas informativas con el fin de orientar a la población e informar de todos los beneficios de contar con SOAT.

#### OBJETIVO:

Mantener informada a la población sobre los beneficios que tiene contar SOAT.

#### ÁMBITO DE INTERVENCIÓN:

Localidad de Jaén

#### DURACIÓN:

Febrero 2023 – diciembre 2023

#### ESTRATEGIAS:

- 1.- Educación masiva
- 2.- Entrega de llaveros y gorros
- 3.- Disfraz
- 4.- globos

#### ACTIVIDADES:

- 1.- Elaboración de flyer
- 2.- Elaboración de folletos
- 3.- Elaboración de spot
- 4.- Organización de activaciones
- 5.- Notas de prensa
- 6.- Entrevistas radiales
- 7.- Realización de videos
- 8.- Entrevistas televisivas



	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

### LUGARES PARA ACTIVACIONES:

1. Consultorios externos
2. Admisión
3. Parque central
4. Mercado 28 de julio
5. Terminal TEPSUR





PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

Versión: 01

Fecha: 16/febrero/2023

Páginas: 65



PROGRAMA DE DIFUSIÓN

ACTIVIDADES	TAREAS	UNIDAD DE MEDIDA	META	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1.- Elaboración de flyer	Al mes se realizarán 4 flyer diarios que se colgarán por la página de Facebook	48	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2.- Elaboración de folletos	Un folleto de Soat	2 millares	2000	1											
3.- Elaboración de spot	Se realizará 5 spots respecto al tema del SOAT	5	5	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4.- Organización de activaciones	Se organizará 1 activación dentro o fuera del Hospital al mes en cual se dará un pequeña charla y se entregará el polo y gorros y también globos	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5.- Notas de prensa	Se realizará 1 notas de prensa al mes	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6.- Entrevistas radiales	Se realizará entrevistas radiales una vez al mes	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7.- Realización de videos	Se elaborará un video informativo, se escogerá voceros especializados en el tema.	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8.- Entrevistas televisivas	Se elaborará mínimo una entrevista al mes en vivo y en directo	12	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>			
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	Páginas: 65	

**PRESUPUESTO:**

ACTIVIDADES	TAREAS	GASTO EN SOLES
1.- Elaboración de flyer	Diseñar	Forma parte del Plan General
2.- Elaboración de folletos.	Diseñar dos folletos	0
3.- Elaboración de spot	Guión	0
4.- Organización de activaciones	Globos impresos Disfraz Llaveros	0
5.- Notas de prensa	Diario Ahora Jaén	Forma parte del Plan General
6.- Entrevistas radiales	Radio Marañón	Forma parte del Plan General
7.- Realización de videos	Programación de videos con especialistas	Forma parte del Plan General
8.- Entrevistas televisivas	Programación de entrevistas con especialistas	Forma parte del Plan General



## 8.4 Plan de Comunicación en Crisis del Hospital General de Jaén

### INTRODUCCIÓN:

La comunicación dentro del hospital es un proceso de suma importancia tanto interno como externo, ello permite tener información fluida y mejorar las acciones individuales y grupales del personal, dentro de ellos se debe tener los canales adecuado que permita acercarse y llegar a la mayoría de las personas, es decir se pretende llevar información que puede ser útil a cualquier colaborador que se encuentra inmerso en una situación de emergencia, aportar elementos que contribuyan a aminorar dicha situación.

Los hospitales se ven continuamente afectados durante diferentes desastres o emergencias por lo que disminuye la capacidad de seguir prestando los servicios. En su mayoría los desastres son problemas no resueltos y se manifiestan por una interrupción severa y prologada de las condiciones de "normalidad" y por un número significativo de vidas humanas, daño en infraestructura física, bienes muebles e inmuebles o pérdida de oportunidades. En este plan de comunicación en crisis se aportan herramientas comunicativas para la gestión de riesgos y desastres.

### OBJETIVO:

Establecer acciones que permitan hacer un buen manejo de la comunicación frente a posibles escenarios de crisis, situaciones de riesgo y desastres en el Hospital General de Jaén que puedan regular y controlar la situación.

### ALCANCE:

El presente documento está dirigido a todas las personas que se encuentren dentro y fuera de las instalaciones del Hospital, en situaciones de crisis o desastres y que potencialmente se encuentren en riesgo.

### ELEMENTOS DE UN DESASTRE:

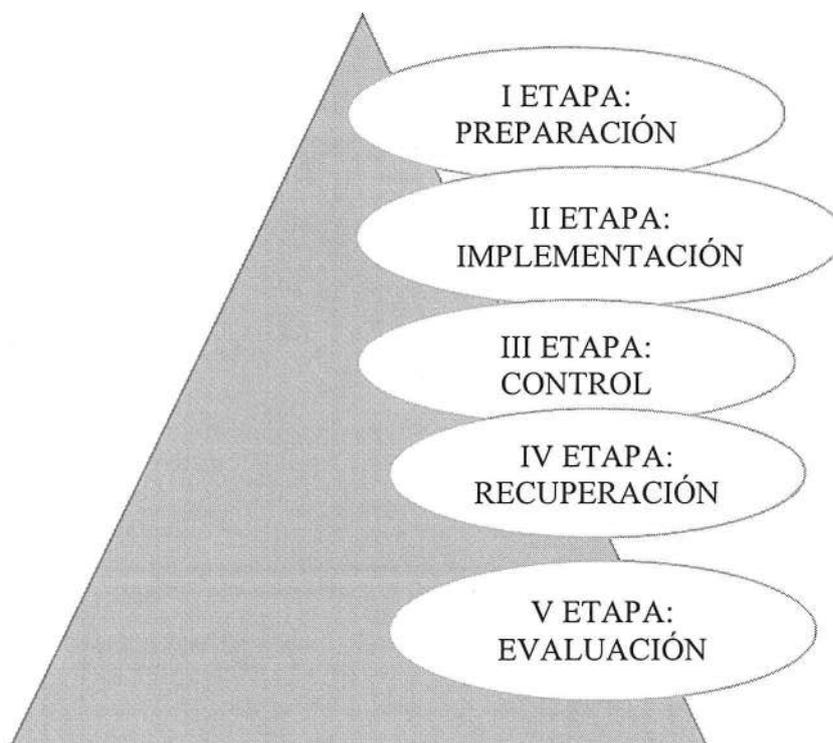
ELEMENTOS	CONCEPTO
<b>Amenaza</b>	Probabilidad que se produzca un evento que represente peligro para los grupos de interés, dentro de un contexto geográfico común
<b>Vulnerabilidad</b>	Grado de incapacidad de responder o reaccionar, pero a la vez de resistir, sin traumatismos que impliquen pérdidas o efectos a la Institución.
<b>Resiliencia</b>	Capacidad que tiene la Institución de reconstruir o restaurar pérdidas, funciones o servicios después de haber sido afectada como consecuencia de la materialización de un desastre

## LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DE RIESGOS Y DESASTRES

La comunicación en la gestión de riesgos de desastres se considera una estrategia adaptativa del cliente interno, ante la posibilidad inminente de riesgos y tiene como fin comunicar oportunamente información sobre la existencia, naturaleza, severidad o aceptación de algún tipo de riesgo.

### Estrategia de comunicación en gestión de riesgos y desastres

Es importante involucrar de manera integral al cliente interno, grupos de valor y los diferentes canales a través de los cuales fluya la información.



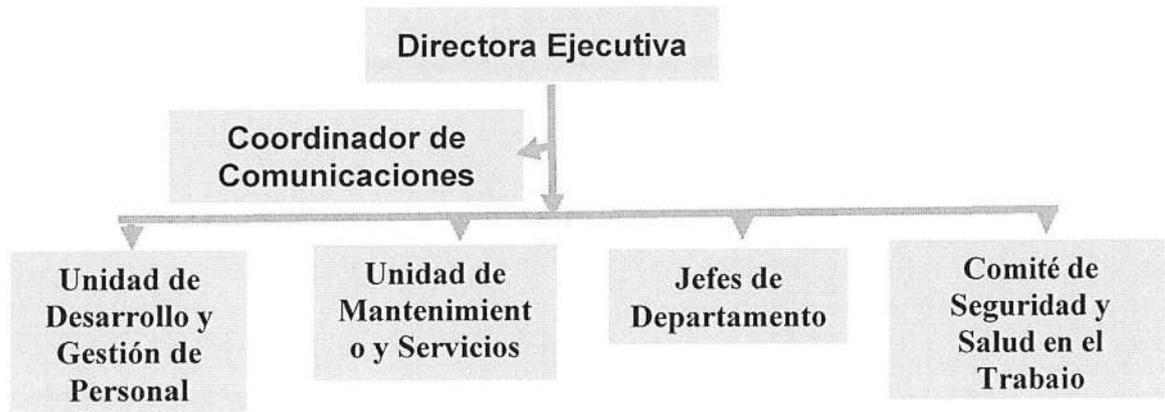
### I ETAPA: PREPARACIÓN

Se coordina con el comité de Seguridad y Salud en el Trabajo de las posibles amenazas del desastre, con el fin de generar información fiable que pueda prevenir o mitigar las consecuencias de este así también revisar las medidas de respuesta durante la emergencia identificada, con el fin de actuar de manera inmediata ante los grupos de interés. De igual manera en esta etapa se adelantan las siguientes acciones:

- Revisar y aprobar por parte del Comité Hospitalario de Gestión de Riesgo de Desastres cualquier comunicación a emitirse con relación a los riesgos de desastres.

- Definir disponibilidad del equipo de comunicaciones frente a la emergencia que se pueda presentar.
- Definir los recursos de telecomunicaciones necesarios para el proceso de comunicación.

Responsabilidad del Comité de Manejo de Crisis



El objetivo principal del Comité de crisis es manejar la crisis estableciendo pautas, cronogramas y contenidos técnicos y comunicacionales, así como los voceros a fin de minimizar sus efectos, por lo que esta gestión debe enfocarse principalmente hacia dos objetivos:

- a) Definir responsabilidades, contenidos y los canales para que la información llegue a los medios de comunicación.
- b) Evitar percepciones incorrectas que afecten la imagen institucional, los servicios y recursos de la institución o del Sector afectado. Con ello se optimizará la percepción de seguridad en el servicio del Usuario o Grupos de Interés.

**El Comité tiene, entre otras, las siguientes responsabilidades:**

- a) Designar como Vocero del Comité de crisis al jefe de comunicaciones
- b) Mantener coordinación permanente de los involucrados hasta que la crisis se resuelva.
- c) Realizar un censo de personas afectadas por la crisis antes, durante y después del evento.
- d) Recabar información científica y asegurarse que el componente comunicacional se encargue de transmitir oportuna y adecuadamente a los medios de comunicación y a la opinión pública.

	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

## II ETAPA: IMPLEMENTACIÓN:

En esta etapa se contempla implementar las siguientes acciones:

- Establecer el manejo que se dará a la información que se comunicará de manera interna y externa, evitando el caos, pánico o reacciones que puedan empeorar la situación identificada.
- Emitir comunicación de manera eficaz, sencilla, oportuna, creíble, verificable y aprobada con el fin de mantener informados a los grupos de interés.
- Se debe estar preparado para responder a todas las preguntas que generen los diferentes grupos de interés, por medio de los diferentes canales de comunicación de la institución.
- La institución genera una actitud de detección, difusión y alerta por parte de los funcionarios frente a cualquier anomalía que amenace las actividades laborales dentro y fuera de la institución.

**Como no se trata de causar pánico o emergencia masiva, la reacción debe originarse en el marco de unos parámetros específicos:**

1. Consolidar un Informe General, que encauce las actividades y procedimientos de la Institución y recoja un listado de las eventualidades surgidas durante ese lapso; para monitorear constantemente la dinámica organizacional y prever cualquier situación ajena al desarrollo habitual.
2. Dirigirse al Jefe del Área, para que este a su vez lo haga con algún miembro activo de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional, con la intención de informar minuciosamente del imprevisto que se desarrolla (directamente, medio escrito o a través del correo electrónico).
3. No comentar la posible crisis con otros funcionarios de la empresa, ajenos al accionar del suceso, para evitar fomentar el chisme, la tergiversación, la desinformación o incluso el mismo pánico entre la institución.
4. Los funcionarios deben ponerse a disposición de las indicaciones que establezca en primera instancia el Comité de Manejo de Crisis, mientras se estudia el insucitado suceso.
5. Quien haya detectado la crisis o su misma área, pueden realizar un seguimiento del hecho para mantener informado al Comité de Manejo de Crisis.
6. Luego de evaluar el suceso y determinar de qué se trata el evento, el Comité de Manejo de Crisis liderará en adelante el proceso de



	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

resolución del problema a partir de la Respuesta. Una acción donde los integrantes del mencionado organismo planearán la estrategia comunicativa para responder inicialmente a la etapa crítica; Los parámetros establecidos para realizar una etapa favorable de respuesta son:

7. Convocar al Comité de Manejo de Crisis, para que desde esta instancia disponga de los medios de comunicación y los utilice adecuadamente de acuerdo al manual de comunicación en crisis que hace parte del Plan hospitalario para la gestión del riesgo de desastres (Comunicación Interna, Comunicación Electrónica, Medios, Atención a afectados, proveedores y funcionarios, Elaboración de mensajes, Documento de preguntas y repuestas, Documentos informativos y Simulacro de Rueda de prensa).
8. Establecer guías de prudencia, prevención y respuesta adecuada entre los funcionarios; para limitar el accionar de la crisis en otros planos laborales de la Institución no afectados

### III ETAPA: CONTROL Y NEUTRALIZACIÓN

Es la etapa crítica para enfrentar directamente con las estrategias comunicativas y personal planificado el problema que aqueje la estructura de la Institución. En este punto directivas y Comité de Manejo de Crisis deben actuar en un solo frente para aminorar el accionar, el impacto y los efectos secundarios de la emergencia Institucional. Luego de asumir la responsabilidad de una crisis y plantear una metodología de solución; la comunicación desempeñará un rol protagónico como guía efectiva de la institución, bajo la siguiente acción: El objetivo siempre será reducir hasta desaparecer la crisis con sus grados de influencia, evitando su reaparición en el futuro; y el mecanismo de reducción se establece con lineamientos comunicativos que logren dicho tratamiento del problema en un tiempo determinado. Tanto para las crisis evitables como las inevitables (descritas antes), los medios de comunicación y el plan establecido para ellos, deben enfocarse en informar prudentemente sobre la crisis y presentar pautas para tratarla en su aparición con mensajes claros a los funcionarios, para que ellos integren la solución, y no acrecienten el problema con rumores o datos inequívocos. Los medios internos y externos de la Institución deben informar oportunamente y de manera mesurada a los públicos directamente afectados y a los medios de comunicación externos, cuando lo amerite la crisis

Los mensajes construidos para que circulen a través de los medios escritos, radiales, impresos y digitales con los que cuenta la Organización requieren claridad y ser concretos para no confundir a los públicos, además, deben pasar por los filtros respectivos para su emisión. Los talleres informativos, pedagógicos y formativos son cruciales como estrategias comunicativas que se deben aplicar en las áreas o en la organización para preparar constantemente al recurso humano a que posibilite la reducción del problema durante esta fase. Taller inductivo por funcionario: Es la capacitación oficial dirigida a aquellos funcionarios que ingresan o se reintegran a la organización,



	<b>PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</b>		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

para conocer en detalle el funcionamiento establecido por la Institución, con las modificaciones y actualizaciones que existan alrededor de este tema.

#### **IV ETAPA: RECUPERACIÓN**

Durante esta etapa el equipo de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional debe emitir mensajes claves a la población, en especial a la más afectada o vulnerable, para reforzar los mensajes de prevención, control, condolencias a las familias de los afectados directamente, agradecimiento a quienes hicieron parte de la prevención o solución del evento, con el fin de recuperar la identidad e imagen corporativa de la Institución. Se deben emitir mensajes por medio de infografías para informar y persuadir a la población sobre adopción de medidas de bioseguridad con relación al evento. Emitir mensajes de agradecimiento a las redes de apoyo internas y externas y emitir mensajes clave que indique que la Institución es un lugar seguro y presto al servicio.

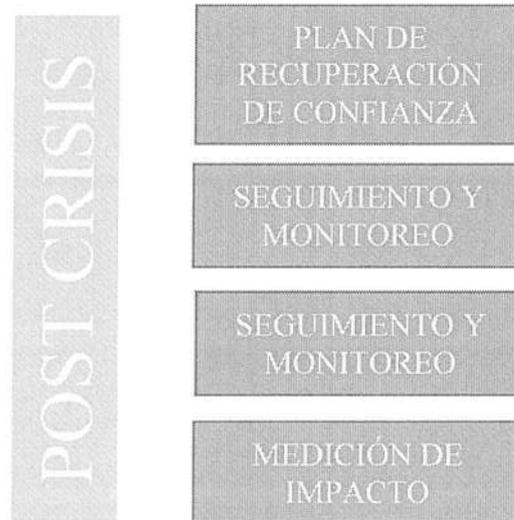
El vocero de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional y los portavoces específicos determinados por el Comité de Manejos de Crisis, lideran los comunicados con el objetivo de conservar el orden y la confianza. Luego se realizará la rueda de prensa en los cuales se resolverá las interrogantes que fueron emitidos por los medios.

#### **V ETAPA: EVALUACIÓN- CIERRE DE LA CRISIS – APRENDIZAJE**

Durante esta etapa se aprende de la crisis, a su vez permite que la institución luego de superado el problema, finiquitarlo por completo sino en la formación de sus funcionarios y públicos específicos alrededor de lo ocurrido, ya que la finalidad es: analizar, concluir y proponer estrategias de prevención frente a situaciones adversas que desestabilicen la actividad laboral de la institución. Las acciones para esta última fase la integran:

- Convocar al Comité de Manejo de Crisis para revisar en detalle el proceso completo del problema experimentado: análisis de causas, falencias, vacíos, formas de respuestas, efectividad de las estrategias comunicativas, reacción de los afectados y medios de comunicación; para evaluar en un primer momento la capacidad de la institución para administrar situaciones críticas y proponer alternativas que refuercen las variables mencionadas.
- Reformar, actualizar y adecuar el Manual de Crisis, con el fin de adaptarla a las eventualidades que se presenten. Se debe supervisar y evaluar, en la medida de lo posible, la claridad y los efectos de los mensajes brindados a los grupos de interés, por medio de una lista de chequeo donde se indique la oportunidad, veracidad e inmediatez de la información brindada ante el evento.





### Plan de recuperación de confianza:

Dentro de la gestión de la E.S.E en su sistema de crisis debe plantearse cómo realizará el plan de reconstrucción de confianza. Para este aparte se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a) Construcción de mensajes clave para la confianza.
- b) Diseño de acciones correctivas
- c) Información continua a grupos de interés sobre la mitigación del hecho
- d) Monitoreo y seguimiento Públicos que podrían generar una crisis o ser afectados por ellas

- Usuarios: Con ellos, se debe entablar una comunicación sólida, eficaz y contundente que permita conocer sus inquietudes, necesidades y opiniones para abordarlas adecuadamente con o sin crisis organizacionales.

- Junta Directiva: Integran la base de las políticas de la Organización y por lo cual, se hace importante que estén actualizados con el acontecer laboral y operativo de esta, ya que el propósito es encauzar idóneamente cada una de sus decisiones y alternativas frente a una circunstancia de crisis. El proceso de toma de decisiones puede darse en los tiempos establecidos y acorde con los requerimientos según sea el caso emergente.

- Autoridades Gubernamentales: Son los principales entes reguladores y de control de muchas situaciones y procedimientos que se realizan al interior de la compañía, la relación con ellas debe ser planeada y constante para propiciar un trabajo mancomunado, que arroje los resultados esperados y la fortaleza necesaria para enfrentar las crisis que los aqueje.

	PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	Versión: 01	Fecha: 16/febrero/2023	

- **Cliente interno:** Son de quienes depende que los beneficiarios y usuarios puedan ver satisfechas sus necesidades con nuestros servicios, y en gran medida, el que se encuentren informados de lo que acontece al interior de la institución. Los funcionarios permiten un manejo más adecuado de la crisis y reducen así, la presencia de rumores e información errónea que intensifiquen la contingencia.
- **Contratistas - outsourcing:** En vista de que algunos servicios en la institución se encuentran tercerizados la fuga o el inadecuado manejo de información puede generar crisis irremediables que se agravarían con la evolución de sus efectos secundarios. La capacitación y compromiso de los colaboradores de esta categoría determinan el grado del impacto de la crisis y la superación de esta.
- **Medios de comunicación masiva:** De ellos depende principalmente la imagen en la opinión pública de la Organización, por eso es importante facilitarles la información clave y precisa que se pueda difundir en un momento de crisis; de lo contrario, los mismos medios contarán su versión de los hechos y buscarán los mensajes que respondan a su necesidad de inmediatez sin medir el impacto para la Institución. En muchos casos, estos no pasan de ser rumores sin fundamento que podrían dañar la imagen Institucional.
- **Comunidad en general:** Referido a entes claros como las poblaciones, y todos aquellos grupos de interés similares que desarrollen un rol clave en los servicios que presta la institución y que, en ocasiones, pueden estar involucrados en momentos de crisis. Frente a los públicos detectados para una eventual crisis organizacional, es indispensable que el personal de la E.S.E reconozca el perfil, el grado de responsabilidad y el nivel de afectación de cada una de las personas mencionadas; para fortalecer sus aptitudes preventivas y el intercambio comunicacional con cada una de ellas.

### **Criterio de la Comunicación**

Antes de tener contacto alguno con los medios de comunicación, el vocero de la oficina de comunicaciones deberá informarse sobre:

- ¿Qué pasó?
- ¿Qué se hizo para que se generara el evento?
- ¿Por qué paso?
- ¿Quién es el responsable?
- ¿Qué medidas se están tomando?
- ¿Qué se va a hacer para que no se repita?
- ¿Que produjo la situación?
- ¿Cómo se atendió la situación?

Cuando la crisis requiera una explicación técnica desconocida por el vocero, los encargados de las áreas competentes en el manejo de dicha información serán designados para dar las declaraciones en compañía del vocero de la E.S.E. Se debe disponer del espacio físico adecuado para la realización de la reunión con los medios de comunicación.



El vocero debe tener en cuenta ante los medios de comunicación:

- Decir siempre la verdad
- Informar con precisión
- Usar lenguaje sencillo
- Tener siempre a la mano cifras actualizadas
- Estar informado del avance de las acciones implementadas para el manejo de la crisis y los resultados alcanzados. Una vez controlada la situación de crisis se debe informar a los medios de comunicación el resultado de las acciones implementadas Retroalimentar al personal involucrado el resultado de las acciones que se implementaron para controlar la crisis y definir planes de mejoramiento que permitan mitigar la posibilidad de ocurrencia de una nueva crisis.

### Canales para la comunicación

Para el desarrollo de la comunicación Institucional y la divulgación de las comunicaciones tanto internas como externas, se describen las herramientas y canales necesarios para su divulgación:

- Comunicado de Prensa: Se convierte en una estrategia de comunicación externa inmediata, que emitirá la Gerencia con la mayor prontitud, en lo posible durante la primera hora luego de activado el Comité CHED, dirigida a los medios de comunicación y ciudadanía en general, cuyo objetivo es dar un anuncio general de la situación y anunciar que se encuentra en investigación la situación. Este se hace con base en la información consolidada que se genere en la situación de desastre ocurrida en el Hospital, validada por la Oficina de Seguridad y Salud en el Trabajo, quien se convierte en la fuente principal de la noticia. Así mismo el Comunicado generado en situaciones de riesgo y en cualquier otra eventualidad es firmado únicamente por la Gerencia del Hospital proyectado por la Oficina de comunicación.

- Rueda de Prensa: Será convocada por la gerencia del Hospital, con el fin de dar a conocer de primera mano la información prioritaria relacionada con la crisis a los medios y a la comunidad en general (Ver modelo de comunicación institucional). Se convierte en una estrategia que nos permite tener un gran alcance de lo que queremos informar.

- Altavoz torre principal: Se constituye en un canal de primera mano, que, aunque no llega a todas las unidades funcionales, su cobertura es amplia en la torre principal y se constituye en canal de apoyo para la divulgación inmediata de la información.

Vocero: Término que procede de voz y que hace referencia a la persona que habla en nombre de otra o de un grupo, organización, etc. El vocero oficial en situación de crisis es el Gerente del Hospital.

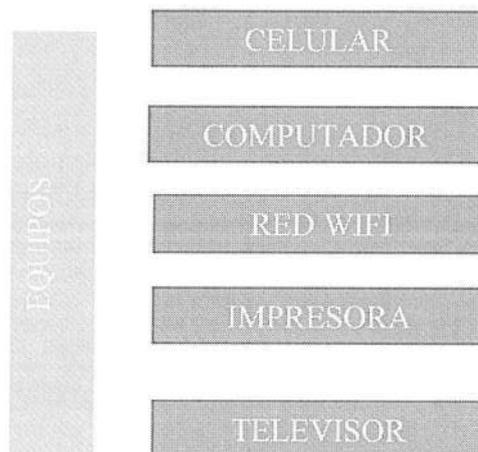
- Página Web: La página web se constituye en un gran canal para la divulgación de información en momentos de crisis, por ser un medio digital que contiene información textual, gráfica, visual o sonora. Su dinámica permite interacción con

el usuario en tiempo real. La Unidad Ejecutora del Hospital General de Jaén, cuenta con una página web con dominio [www.hospitalgeneraldejaen.com](http://www.hospitalgeneraldejaen.com) (Ver Manual de gestión de medios digitales)

- Fan Page – FACEBOOK: El Fan Page es la opción idónea para hacer presencia en Facebook, ya que sus servicios ofrecen mejores herramientas para comunicar, medir, evaluar, segmentar, promocionar y llegar a un mayor número de personas, por lo que se plantea como un canal más a través del cual se dará a conocer la información de primera mano que se genere durante la contingencia presentada.

- WhatsApp Comunicaciones Internas HGJ (especialistas): Canal de comunicación interno integrado por los líderes de las Unidades Funcionales, utilizado con el fin de mantener al Cliente Interno informado sobre los diferentes eventos que ocurren en la Institución. Este grupo será un canal, mientras se tenga red durante la crisis.

- WhatsApp Brigadistas: Canal de comunicación interno integrado por los brigadistas del HGJ, en el cual se comparte la información relacionada con los diferentes eventos o situaciones de crisis en la Institución.
- Correo electrónico: Medio de comunicación institucional interno y externo que permite enviar información durante la eventualidad de riesgo presentada.





Datos del contacto interno:

N	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
1	1°PISO	ADMISION	CITAS	303
2	1°PISO	ADMISION	REFERENCIAS	304
3	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	JEFATURA	402
4	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	LABORATORIO DE HISTOPATOLOGIA Y CITOLOGIA	277
5	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	SALA DE AUTOPSIAS	273
6	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	SECRETARÍA	270
7	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	TRABAJO DE MICROSCOPIA	276
8	1°PISO	ANATOMIA PATOLOGICA	TRABAJO MACROSCOPIA2	275
9	1°PISO	BANCO SANGRE	ENTREVISTA	314
10	1°PISO	BANCO SANGRE	LABORATORIO BANCO DE SANGRE	302
11	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CALL CENTER	465
12	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	GINECOLOGIA	292
13	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	MEDICINA INTERNA 01	301
14	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	NEUROLOGIA	297
15	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	OFTALMOLOGIA	294
16	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	OFTALMOLOGIA	295
17	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	PEDIATRIA	293





18	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	PSIQUIATRIA	296
19	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	TELEMEDICINA	289
20	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	TRAUMATOLOGIA	290

NR O	PIS O	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
21	1°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	TRIAJE	388
22	1°PISO	DEPARTAMENTO DE ENFERMERÍA	COORDINACIÓN DE SERVICIO DE CONSULTA EXTERNA	415
23	1°PISO	EMERGENCIA	ADMISION	401
24	1°PISO	EMERGENCIA	CAJA - TEMPORAL	262
25	1°PISO	EMERGENCIA	FARMACIA	267
26	1°PISO	EMERGENCIA	JEFATURA	400
27	1°PISO	EMERGENCIA	MEDICO GUARDIA	263
28	1°PISO	EMERGENCIA	MEDICO GUARDIA/ MUJERES	257
29	1°PISO	EMERGENCIA	OBSERVACION HOMBRES	260
30	1°PISO	EMERGENCIA	OBSERVACION MUJERES	259
31	1°PISO	EMERGENCIA	REFERENCIA + CONTRARREFERENCIA	254
32	1°PISO	EMERGENCIA	TOPICO CIRUGIA	251
33	1°PISO	EMERGENCIA	TOPICO MEDICINA	261
34	1°PISO	EMERGENCIA MADRE NIÑO	EMERGENCIA PEDIÁTRICA	306
35	1°PISO	EMERGENCIA MADRE NIÑO	ESTACIÓN ENFERMERASNEONATOLOGÍA	392
36	1°PISO	EMERGENCIA MADRE NIÑO	FARMACIA	359
37	1°PISO	EMERGENCIA NUEVA	TOPICO DE INYECTABLES	252





PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL

Versión: 01

Fecha: 16/febrero/2023

Páginas: 65



38	1°PISO	ESTADISTICA E INFORMATICA	JEFATURA	409
39	1°PISO	ESTADISTICA E INFORMATICA	SECRETARÍA	305
40	1°PISO	ESTADISTICA E INFORMATICA	SOPORTE INFORMÁTICO	368

NRO	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
41	1°PISO	FARMACIA	ATENCION CAJA- DISPENSION	312
42	1°PISO	FARMACIA	ENTREGA - PACIENTE	311
43	1°PISO	FARMACIA	PROGRAMACIÓN	309
44	1°PISO	FARMACIA/ HOSPITALIZACIÓN	ENTREGA	315
45	1°PISO	IMAGENOLOGIA	ECOGRAFIA 01	284
46	1°PISO	IMAGENOLOGIA	ECOGRAFIAS 2	283
47	1°PISO	IMAGENOLOGIA	JEFATURA	407
48	1°PISO	IMAGENOLOGIA	LABORATORIO DE MICROBIOLOGÍA Y OARECITOLOGÍA	271
49	1°PISO	IMAGENOLOGIA	RECEPCION	285
50	1°PISO	IMAGENOLOGIA	SALA DE REUNIONES	279
51	1°PISO	IMAGENOLOGIA	TOMÓGRAFO	282
52	1°PISO	LABORATORIO	JEFATURA	406
53	1°PISO	LABORATORIO	LAB. BIOQUIMICA. (E INMUNOLOGIA)	286
54	1°PISO	LABORATORIO	RECEPCION	408
55	1°PISO	LABORATORIO	SALA DE REUNIONES	278
56	1°PISO	LABORATORIO0	URUNALISIS Y PARASITOLOGIA	287
57	1°PISO	MEDICINA FISICA	MÓDULO DE DISCAPACIDAD	272
58	1°PISO	OBG PEDIATRIA	LIBRE	393





59	1°PISO	PAUS	PLATAFORMA ATECION USUARIO	310
60	1°PISO	SERVICIO SOCIAL	SERVICIO SOCIAL	308

NRO	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
61	1°PISO	TRAMITE DOCUMENTARIO	TRAMITE DOCUMENTARIO	394
62	1°PISO	TRAUMA SHOCK	TRAU MA SHOC K	256
63	1°PISO	UNIDAD DE SEGUROS (SIS-SOAT)	ASISTE NCIAL	268
64	1°PISO	UNIDAD DE SEGUROS (SIS-SOAT)	AUDIT ORIA	269
65	2°PISO	ANASTESIOLOGIA Y CENTRO QUIRURGICO	ESTAR MEDI CO	418
66	2°PISO	ANASTESIOLOGIA Y CENTRO QUIRÚRGICO	SALA DE PARTOS (3) ARM	362
67	2°PISO	APOYO AL TRATAMIENTO	APOYO AL TRATAMIENTO (HA)	255
68	2°PISO	CENTRAL ESTERILIZACION	LAVADO DE MATERIAL - ZONA ROJA	322
69	2°PISO	CENTRAL ESTERILIZACIÓN	JEFATURA ESTERILIZACION	417
70	2°PISO	CENTRO OBSTETRICO	SALA DE DESCANSO PERSONAL	316
71	2°PISO	CENTRO QUIRURGICO	ADMISION Y CONTROL DE PACIENTES	324
72	2°PISO	CENTRO QUIRURGICO	REPORTE DE OPERACIONES	319
73	2°PISO	CENTRO QUIRURGICO	SECRE TARÍA	323
74	2°PISO	CENTRO QUIRÚRGICO	INFORMES MÉDICOS	411
75	2°PISO	CENTRO QUIRÚRGICO	ANEST ECIOL OGO	320
76	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CARDI OLOGI A	352
77	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CIRUGIA ONCOLOGICA	348





PLAN DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL



Versión: 01

Fecha: 16/febrero/2023

Páginas: 65

78	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CIRUGIA PEDIATRICA	350
79	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CONSULTORIO NUTRICION	354
80	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	CONSULTORIO PSICOLOGICO	349

NRO	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
81	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	GASTROENTEROLOGIA	357
82	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	GINECOLOGIA OBSTETRICA 02	358
83	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	NEFR OLOGI A	351
84	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	ODON TOLO GIA 01	356
85	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	ODONTOLOGIA PEDIATRICA01	355
86	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	OTORRINOLARINLOGIA	353
87	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	SALA DE JUNTAS - AUDITORIA	360
88	2°PISO	CONSULTORIO EXTERNO	TRIAJE	361
89	2°PISO	COORDINACIÓN PROGRAMAS	JEFAT URA	398
90	2°PISO	DIRECCION	DIRECCION EJECUTIVA	436
91	2°PISO	DIRECCIÓN	SECRE TARÍA	399
92	2°PISO	GABINETES DE APOYO	COLPOSCOPIA Y CRIOTERAPIA	335
93	2°PISO	GABINETES DE APOYO	ECOC ARDIO GRAFI A	332
94	2°PISO	GABINETES DE APOYO	ELECTROCARDIOLOGIA HOLTER	337
95	2°PISO	GABINETES DE APOYO	ENDO SCOPI A ALTA	340
96	2°PISO	GABINETES DE APOYO	ESTAR MÉDI CO	329





97	2°PISO	GABINETES DE APOYO	MONITOREO FETAL	338
98	2°PISO	GABINETES DE APOYO	PROCEDIMIENTOS QUIRURGICOS	414
99	2°PISO	GABINETES DE APOYO	RECEPCIÓN Y CONTROL	342
100	2°PISO	NO TRANSMISIBLE	TRIAJE (HA)	313

NRO	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
101	2°PISO	SECRETARÍA	FARMACIO SOP	365
102	2°PISO	SERVICIOS GENERALES	BIOMEDICO MANTENIMIENTO	373
103	2°PISO	SERVICIOS GENERALES	COORDINADOR DE BIOMÉDICOS	370
104	2°PISO	SERVICIOS GENERALES	INGENIERÍA HOSPITALARIA	372
105	2°PISO	SERVICIOS GENERALES	SECRETARÍA	371
106	2°PISO	UCI	ESTACION DE MONITOREO - UCI ADULTO	343
107	2°PISO	UCI	ESTACION DE MONITOREO - UCIN NEO	345
108	2°PISO	UCI	LABORATORIO UCI	328
109	3°PISO	ADMINISTRACION	JEFATURA	435
110	3°PISO	ADMINISTRACION	SECRETARÍA	437
111	3°PISO	ASESORIA LEGAL	ASESORIA LEGAL	429
112	3°PISO	ECONOMIA	OFICINA DE CONTABILIDAD, ECONOMIA Y CAJA	383
113	3°PISO	ESTADÍSTICA E INFORMÁTICA	ESTADISTICA	434
114	3°PISO	HOSPITALIZACION CIRUGÍA	JEFATURA	438
115	3°PISO	HOSPITALIZACION CIRUGÍA	ESTACION DE ENFERMERAS - CIRUGÍA	385



116	3°PISO	HOSPITALIZACION DE MEDICINA	JEFAT URA	425
117	3°PISO	HOSPITALIZACION MEDICINA	ESTACION DE ENFERMERAS - MEDICINA	375
118	3°PISO	HOSPITALIZACION MEDICINA	SALA DE JUNTAS - DPTO MEDICINA	376
119	3°PISO	LOGISTICA	JEFATURA LOGISTICA	431
120	3°PISO	LOGISTICA	SECRE TARÍA	379
121	3°PISO	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	EQUIPO DE TRABAJO	384

NRO	PISO	DESCRIPCION LUGAR	AREA	ANEXO
122	3°PISO	PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO	JEFAT URA	433
123	3°PISO	RECURSOS HUMANOS	JEFAT URA	430
124	3°PISO	RECURSOS HUMANOS	SECRE TARÍA	426

### CADENA DE LLAMADAS:

De acuerdo a lo contemplado por el plan de crisis del HGJ, cada área establece una cadena de llamadas al interior del grupo de trabajo, que permita alertar en corto tiempo a las personas responsables de activar el procedimiento de respuesta en relación a la situación crítica al interior o exterior del hospital. Asimismo, a pesar de tener este directorio se cuenta con grupos de WhatsApp internos, que permiten llegar a los jefes y personal interno que servirán para comunicar acciones inmediatas.

- Primera acción:** Llamada 1: Jefe de Mantenimiento y Servicios Generales
- Segunda acción:** Llamada 2: Jefe de la Unidad de Gestión y Desarrollo de Personal
- Tercera acción:** Publicación en grupo de WhatsApp: grupo de especialista y asistentes de jefes.

### EVALUACIÓN

Se aplicará a los integrantes del Comité Hospitalario de Emergencias y Desastres y a una muestra aleatoria de los involucrados en el evento, la lista de chequeo elaborada por el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el fin de evaluar la oportunidad, veracidad e inmediatez de la información brindada ante el evento.

### Seguimiento y monitoreo:

Los equipos realizarán una evaluación periódica durante la prevención y/o mitigación del hecho mediante un reporte del estado de las acciones ejecutadas. Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Evaluación de resultados obtenidos por el plan de mitigación de crisis.
- Medición de la percepción de los grupos de interés impactados por el evento.
- Actualización los posibles casos y lecciones aprendidas de la crisis.

## 8.5 Plan de Campañas de los Programas Preventivos Promocionales de la Salud

<i>Actividad</i>	<i>Fecha de Actividad</i>
<b>Programa : Desarrollo Infantil Temprano</b>	
<i>Celebración de la semana de vacunación en las Américas</i>	Última semana del mes de Abril
<i>Día Nacional De La Vacunación</i>	29 de Mayo
<i>Celebración de la Semana Mundial de la Lactancia Materna</i>	En el mes de Agosto
<i>Día Mundial de la Alimentación (conjuntamente con el área de nutrición para fortalecer la lucha contra la anemia)</i>	16 de Octubre
<i>Día del prematuro (conjuntamente con el área de UCIN)</i>	17 de Noviembre
<b>Programa : Control y Prevención en Salud Mental</b>	
<i>Día Internacional de la Lucha Contra el Maltrato Infantil</i>	Martes 25 de Abril
<i>Día Mundial Contra el Suicidio</i>	Viernes 8 de Septiembre
<i>Día Mundial de la Salud Mental</i>	Lunes 30 de Octubre
<i>Día Mundial contra la Violencia de la mujer</i>	Viernes 24 de Noviembre
<b>Programa : Emergencias por Desastres</b>	
<i>Simulacro Nacional Multipeligro - Diurno</i>	31 de Mayo
<i>Formación de Brigada Hospitalaria - Diurno y Nocturno</i>	Junio – Julio
<i>Simulacro Nacional Multipeligro - Vespertino</i>	15 de Agosto
<i>Día Del Brigadista De Salud</i>	15 de Agosto
<i>Día Internacional Para La Reduccion Del Riesgos De Desastres</i>	13 de Octubre
<i>Simulacro Nacional Multipeligro - Nocturno</i>	07 de Noviembre
<b>Programa: E.S No Transmisibles</b>	
<i>Campaña por el Día Mundial de la Hipertensión Arterial</i>	17 de Mayo
<i>Campaña por la Semana de Oro de las Enfermedades No Transmisibles</i>	3° Semana de Julio







<i>Campaña por el Día Mundial de la Visión</i>	12 de Octubre
<i>Campaña por el Día Mundial de la Diabetes Mellitus</i>	14 de Noviembre
<i>Campaña por la Semana Salud Bucal</i>	2° Semana de Diciembre
<i>Campaña de Despistaje de Cáncer de Colon</i>	31 de Octubre
<i>Celebración del Día de la Madre Adulto Mayor.</i>	12 de Mayo
<i>Celebración del Día de la Padre Adulto Mayor</i>	16 de Junio
<i>Celebración del Día del Adulto Mayor</i>	26 de Agosto
<i>Celebración del Día de la Familia Peruana</i>	16 de Septiembre
<i>Actividades por navidad del Adulto Mayor</i>	22 de Diciembre

**Programa : Salud Materno Neonatal**

<i>Captación de Adolescentes En La I.E Ramón Castilla Y Marquesado</i>	21 Marzo
<i>Captación De Adolescentes En I.E Aplicación</i>	27 Marzo
<i>Campaña Integral En La I.E Ramón Castilla Y Marquesado</i>	11 Abril
<i>Campaña Integral I.E Aplicación</i>	20 Junio
<i>Taller de Orientación Vocacional Dirigido A Los Adolescentes</i>	16 Agosto

**Programa : Prevención y Manejo de Condiciones Secundarias de Salud en Personas con Discapacidad**

<i>Día del Tecnólogo Médico</i>	27 de Febrero
<i>Día Mundial del Síndrome de Down</i>	21 de Marzo
<i>Día Mundial del Parkinson</i>	11 de Abril
<i>Día Mundial de la Esclerosis Lateral Amiotrófica</i>	29 de Mayo
<i>Día del Orgullo autista</i>	18 y 19 de Junio
<i>Día Internacional del Trastorno de Déficit de atención e Hiperactividad</i>	13 de Julio
<i>Día Nacional del Adulto Mayor</i>	26 de Agosto
<i>Día mundial de la enfermedad del Alzheimer</i>	21 de Setiembre
<i>Día Mundial de la persona con Discapacidad</i>	16 de Octubre
<i>Día Internacional de la persona cuidadora</i>	5 de Noviembre
<i>Navidad para pacientes del Servicio de Medicina Física y Rehabilitación</i>	16 de Diciembre

**Programa : Enfermedades Metaxénicas y Zoonosis**

<i>Campaña por el Día Internacional Contra el Dengue</i>	26 de Agosto
<i>Campaña por el Día Mundial Contra la Rabia</i>	28 de Setiembre

**Programa : TBC – VIH/SIDA**

<i>Día Mundial del Preservativo</i>	13 de Febrero
<i>Día Mundial de la Tuberculosis</i>	24 de Marzo
<i>Día Nacional de la Prueba Rápida De VIH</i>	10 de Junio
<i>Día Nacional de la Lucha Contra la HVB</i>	20 de Junio
<i>Día Mundial de la Lucha Contra el SIDA</i>	01 de Diciembre





### 8.6 FORMATO 03 MATRIZ DE INDICADORES DE PLAN ESPECÍFICO

Declaración de objetivos	Indicador	Fórmula	Unidad de medida	Meta programada		Fuente información	Responsable
				2023	2024		
Acciones de Relaciones Públicas e Imagen Institucional	Porcentaje de actividades programadas	Actividades ejecutadas	Porcentaje	>	85%	Plan de la Unidad de Relaciones Públicas e Imagen Institucional	Coordinador URPII
		Actividades programadas		>	85%		

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	INDICADORES	FORMULA	META
Identificar y proponer estrategias de comunicación social para la salud	Porcentaje de nuevos "Me gusta" al FanPage Oficial del Hospital.	N° de " me gusta" al Fanpage (facebook) del HGJ durante el 2023 x 100 / N° de "me gusta" total	> 40%
	Porcentaje de visitantes a la página Web del Hospital.	N° de " me gusta" a la página web del HGJ durante el 2023 x 100/ N° de "me gusta" total	> 30%

## IX. BIBLIOGRAFÍA

- <http://bvs.minsa.gob.pe/local/covid/boletin/RM-092-2022-MINSA.pdf>
- <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2836213/PLAN%20ANUAL%20DE%20COMUNICACIONES%202022.pdf.pdf>
- Plan estratégico institucional 2018-2020-GR