



PERÚ

Ministerio
de Salud

Hospital de Emergencias
Villa El Salvador

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

N°106-2023-DE-HEVES

RESOLUCIÓN DIRECTORAL

Villa El Salvador, 26 de junio de 2023

VISTO:

La Nota Informativa N° 00009-2023/UCII/HEVES (E) del Jefe de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional, la Nota Informativa N° 00039-2023/OPP/HEVES (E) de la Jefa de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y el Informe N°00027-2023/UAJ/HEVES (E) del Jefe de la Unidad de Asesoría Jurídica;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Supremo N° 008-2017-SA, modificado por el Decreto Supremo N° 011-2017-SA, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud, estableciendo al Hospital de Emergencias Villa El Salvador como un órgano desconcentrado del Ministerio de Salud, dependiente de la Dirección de Redes Integradas de Salud de su jurisdicción;

Que, el Viceministro de Prestaciones y Aseguramiento en Salud del Ministerio de Salud mediante Resolución Viceministerial N° 055-2021-SA/DVMPAS, designa al M.C. CARLOS LUIS URBANO DURAND en el cargo de Director Adjunto (CAP-P N° 002) de la Dirección Ejecutiva del Hospital de Emergencias Villa El Salvador del Ministerio de Salud;

Que, el Ministro de Salud del Ministerio de Salud mediante Resolución Ministerial N° 1130-2021/MINSA, designa temporalmente al M.C. CARLOS LUIS URBANO DURAND en el cargo de Director de Hospital (CAP-P N° 001) de la Dirección Ejecutiva del Hospital de Emergencias Villa El Salvador del Ministerio de Salud, en adición a sus funciones de Director Adjunto;

Que, el numeral VI del Título Preliminar de la Ley N° 26842, Ley General de Salud, establece que 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, a través de la Resolución Directoral N° 38-2023-DE-HEVES, de fecha 20 de marzo del 2023, se aprobó la Directiva Administrativa N° 002-HEVES-2023-OPP/V.02 "Directiva Administrativa para la elaboración del Plan Anual de Trabajo en el Hospital de Emergencias Villa El Salvador", que tiene como objetivo establecer, ordenar, sistematizar y evaluar las actividades a realizar, en marco del POI aprobado indicando los objetivos, metas, actividades, responsables, cronograma y presupuesto a utilizar en el plan de trabajo;

Que, mediante la Resolución Directoral N° 0014-2021-EF/54.01, de fecha 26 de diciembre de 2021, se aprobó la Directiva N° 0005-2021-EF/54.01, "Directiva para la Programación Multianual de Bienes, Servicios, y obras", el cual establece disposiciones para que la Entidad del Sector Público programe sus actividades de bienes, servicios y obras que requieran para el cumplimiento de sus metas y objetivos estratégicos y operativos;



C. URBANO D.



F. SERVAN V.



S. DONAYPE C.



R. CRUZ M.



PERÚ

Ministerio
de Salud

Hospital de Emergencias
Villa El Salvador

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

Que, con la Resolución Directoral N° 32-2023-DE-HEVES, se aprobó el Plan Operativo Institucional (POI) 2023 del Hospital de Emergencias Villa El Salvador, instrumento de gestión que orienta la asignación de recursos para implementar la estrategia institucional, el que contiene la programación de actividades operativas e inversiones valorizadas de las unidades orgánicas o centro de costos, a ser ejecutadas en un periodo anual;

Que, mediante Nota Informativa N° 00009-2023/UCII/HEVES (E), de fecha 03 de febrero del 2023, el Jefe de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional remite a la Dirección Ejecutiva el proyecto de "Plan Anual de Trabajo de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador-2023", así como el sustento técnico, para su aprobación mediante acto resolutorio correspondiente;

Que, el referido Plan tiene por finalidad posicionar al Hospital de Emergencias Villa El Salvador como el líder en la mejora del sistema de salud, cercano a sus usuarios y con servicios de calidad a nivel nacional e internacional;

Que, mediante Nota Informativa 00039-2023/OPP/HEVES (E), de fecha 06 de junio de 2023, la Jefa de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, ha emitido pronunciamiento favorable sobre el proyecto del "Plan Anual de Trabajo de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador-2023", indicando que su financiamiento será atendido conforme a la disponibilidad presupuestal, y que de ser necesario y prioritario se realizarán las modificaciones presupuestales, a fin de atender lo solicitado;



Que, el referido Plan de Trabajo, cumple con los criterios establecidos en la Resolución Directoral N° 38-2023-DE-HEVES, que aprueba la Directiva Administrativa N° 002-HEVES-2023-OPP/V.02 "Directiva Administrativa para la elaboración del Plan Anual de Trabajo en el Hospital de Emergencias Villa El Salvador",

Que, el Plan Anual de Trabajo, contribuirá a la mejora de los procesos asistenciales y administrativos, y a fin de alcanzar los objetivos y metas programadas, resulta pertinente emitir el acto resolutorio correspondiente y aprobar el "Plan Anual de Trabajo de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador-2023";

Con la visación de la Jefa de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, el Jefe (e) de la Unidad de Asesoría Jurídica y el Jefe de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador;

De conformidad con lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 008-2017-SA y su modificatoria que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud; el inciso c) del artículo 10° del Manual de Operaciones del Hospital de Emergencias Villa El Salvador, aprobado con Resolución Jefatural N° 381-2016/IGSS, la cual faculta al Director Ejecutivo, la atribución y responsabilidad de expedir Resoluciones Directorales en asuntos de su competencia, y, las conferidas mediante Resolución Viceministerial N° 055-2021-SA/DVMPAS y Resolución Ministerial N° 1130-2021/MINSA;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el "Plan Anual de Trabajo de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador-2023", que forma parte integrante de la presente Resolución Directoral.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DISPONER que la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, en mérito a sus funciones establecidas en el Manual de Operaciones del Hospital de Emergencias Villa El Salvador, gestione el financiamiento presupuestario para el logro de





PERÚ

Ministerio de Salud

Hospital de Emergencias Villa El Salvador

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

los objetivos y metas programadas por el Hospital, y así mismo efectúe los trámites necesarios para otorgar la disponibilidad presupuestal, conforme a la normativa vigente, según corresponda.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional publique la presente Resolución Directoral, en el Portal Institucional del Hospital de Emergencias Villa El Salvador.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.



MINISTERIO DE SALUD
HOSPITAL DE EMERGENCIA VILLA EL SALVADOR
[Signature]
M.C. CARLOS LUIS URBANO DURAND
CMP: 018710 RNE: 018686
DIRECTOR DEL HOSPITAL II



SERVAN V.

CLUD/E/SV/SCDC/RJCM/kmhb

Distribución:

- () Oficina de Planeamiento y Presupuesto
- () Unidad de Asesoría Jurídica
- () Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional



S. DONAYRE C.



R. CRUZ M.



Hospital de Emergencias **VILLA EL SALVADOR**



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS VILLA EL SALVADOR



Lima – Perú

2023



INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	3
II.	FINALIDAD.....	4
III.	OBJETIVO	4
IV.	AMBITO DE APLICACIÓN	4
V.	BASE LEGAL.....	4
VI.	SIGLAS Y DEFINICIONES.....	5
6.1	Siglas.....	5
6.2	Definiciones	5
VII.	RECURSOS HUMANOS	6
VIII.	ACTIVIDADES A REALIZAR.....	6
8.1	Comunicación Externa.....	7
	8.1.1 Fortalecimiento de las redes sociales institucionales.....	7
	8.1.2 Relacionamiento con Medios de Comunicación	9
	8.1.3 Relacionamiento con comunidad y relaciones públicas.....	9
	8.1.4 Comunicación estratégica para los usuarios	11
	8.1.5 Desarrollo de actividades de marketing social.....	12
8.2	Comunicación Interna.....	12
	8.2.1 Fortalecimiento de la cultura organizacional.....	13
	8.2.2 Fortalecimiento del clima organizacional.....	14
	8.2.3 Fortalecimiento de la comunicación interna.....	15
	8.2.4 Desarrollo de actividades oficiales	15
IX.	RESPONSABILIDADES.....	11
X.	ANEXOS.....	17
10.1	Anexo N° 01: Cronograma de actividades.....	17
10.2	Anexo N° 02: Presupuesto	20
10.3	Anexo N° 03: Mapeo de actores	209
10.4	Anexo N° 04: Efemérides institucionales.....	30



I. INTRODUCCIÓN

Hasta hace unos años la población de Lima Sur sobrepasaba los 2 millones de habitantes y el Hospital María Auxiliadora era el único centro de referencia para los distritos de Lima Sur y en algunos casos de pacientes de provincias que tenían una alta demanda de los servicios que ofrecía ese hospital y que, debido al descontrolado crecimiento urbano, se vio sobrepasado en su capacidad.

En ese contexto, se inicia la construcción del nuevo Hospital de Emergencias Villa El Salvador, con una infraestructura de 23,640.70 m², en un área de terreno de 40,000 m², ubicado en el tercer sector de Villa El Salvador entre las avenidas 200 millas y Pastor Sevilla. El proyecto contempló un presupuesto total en inversión de S/. 199'650,045.00.

El hospital inicio su funcionamiento en abril del 2016, siendo el primer Hospital de nivel II-E ubicado en la jurisdicción de la DIRIS Lima Sur, cuyo reto a nivel de comunicaciones era la construcción de imagen y posicionamiento institucional en base al trabajo, avances y visualización de sus logros como una institución nueva y que tiene la ventaja de contar con la infraestructura y tecnología necesaria para ser uno de los mejores hospitales del país.

Estos casi 7 años han servido para hacernos un espacio entre los mejores hospitales, hemos trabajado en el concepto de marca HEVES y tenemos presencia en diversas plataformas informativas y de opinión. Generamos actitudes y posiciones positivas frente a un sistema de salud que tiene una importante deuda pendiente con la sociedad. La cultura organizacional debe mejorar y fortalecerse con la finalidad de integrar a la institución en un clima adecuado, el crecimiento en población que demanda nuestros servicios es un reto constante, debido a que la oferta no crece al mismo nivel que la demanda de nuestros servicios, lo cual afecta la imagen del hospital.

El siguiente Plan de Comunicaciones para el año 2023 se orienta hacia el fortalecimiento de la marca "HEVES", así como la construcción y mejoramiento de nuestra cultura organizacional, que redunde en un impacto positivo a nuestra reputación y prestigio a nivel nacional, para lo cual se establecen las mejores estrategias y herramientas que como Unidad de Comunicaciones se creen necesarias para alcanzar este objetivo.



II. FINALIDAD

Posicionar al Hospital de Emergencias Villa el Salvador como el líder en la mejora del sistema de salud, cercano a sus usuarios y con servicios de calidad a nivel nacional e internacional.

III. OBJETIVO

3.1 Objetivo General

Desarrollar estrategias de comunicación oportuna y utilitaria para nuestros usuarios que permitan agilizar los servicios brindados y fortalecer el posicionamiento institucional a nivel externo.

3.2 Objetivo Especifico

- 3.2.1 Comunicar efectivamente información estratégica y relevante del hospital que se traduzca en una percepción positiva hacia la institución y su equipo humano.
- 3.2.2 Implementar estrategias de comunicación y educación en salud y evaluar su impacto en la mejora de las condiciones sanitarias de la población.
- 3.2.3 Fomentar la identificación, sentido de pertenencia y participación de los trabajadores en acciones de mejora y propuestas de valor implementadas por la institución.

IV. AMBITO DE APLICACIÓN

Es de aplicación por todas las unidades de organización del Hospital de Emergencias Villa El Salvador.

V. BASE LEGAL

- 5.1. Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- 5.2. Ley N° 28716, Ley de Control Interno de las Entidades del Estado.
- 5.3. Ley N° 26842, Ley General de Salud y su modificatoria.
- 5.4. Ley N° 31638, Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2023.
- 5.5. Ley N° 29414, Ley que establece los derechos de las personas usuarias de los servicios de salud.
- 5.6. Decreto Legislativo N°1439, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Abastecimiento.
- 5.7. Decreto Legislativo N°1440, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Presupuesto Público.
- 5.8. Decreto Supremo N°217-2019-EF, que aprueba el Reglamento del Decreto Legislativo N.º 1439, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Abastecimiento.
- 5.9. Decreto Supremo N.º 008-2017-SA - Aprueban Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud.
- 5.10. Decreto Supremo N.º 011-2017-SA, que modifica el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Salud.

PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

- 5.11. Resolución Ministerial N.º 1124-2022/MINSA, Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2023 del Ministerio de Salud, consensado con el Presupuesto Institucional de Apertura 2023.
- 5.12. Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 033-2017-CEPLAN-PCD, que aprueba la Guía para el Planeamiento Institucional, y su modificatoria.
- 5.13. Resolución de Secretaria de Gestión Pública N° 006-2018-PCM/SGP, que, aprueba la Norma Técnica N° 001-2018-SGP, Norma Técnica para la Implementación de la Gestión por Procesos en las Entidades de Administración Pública.
- 5.14. Resolución Directoral N° 0014-2021-EF/54.01, que aprueba la Directiva N° 0005-2021-EF/54.01 "Directiva para la Programación Multianual de Bienes, Servicios y Obras".
- 5.15. Resolución Jefatural N° 327-2016/IGSS, que Crea el Hospital de Emergencias Villa El Salvador.
- 5.16. Resolución Jefatural N.º 381-2016/IGSS, que Aprueba el Manual de Operaciones del Hospital de Emergencias Villa El Salvador.
- 5.17. Resolución Directoral N.º 038-2023-DE-HEVES, que aprueba la Directiva Administrativa N.º 002-HEVES-2023-OPP/V.2 Directiva Administrativa para la elaboración del Plan Anual de Trabajo en el Hospital de Emergencias Villa El Salvador.
- 5.18. Resolución Directoral N.º 032-2023-DE-HEVES, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2023, del Hospital de Emergencias Villa El Salvador.

VI. SIGLAS Y DEFINICIONES

6.1 Siglas

UCII	: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
DIRIS	: Dirección de Redes Integradas de Salud
DGAIN	: Dirección General de Aseguramiento e Intercambio Prestacional
IAFAS	: Instituciones Administradoras de Fondos de Aseguramiento en Salud.
IPRESS	: Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud
SG	: SISGALENPLUS
UPSS	: Unidades Productoras de Servicios de Salud

6.2 Definiciones

- 6.2.1 **Imagen:** Es la percepción individual que se forma una persona sobre una institución en un momento y situación determinada. Por lo general es icónica y gráfica, y responde a un estímulo (positivo o negativo) lo que lo lleva a tener una opinión que puede o no perdurar en el tiempo.



- 6.2.2 **Reputación:** Es la percepción colectiva que se crean nuestros públicos sobre lo que es realmente la institución. Por lo general se basa en conductas y tiene la capacidad de generar valor para la organización, como un pasivo intangible que ayudará en momentos de crisis.
- 6.2.3 **Marca Corporativa:** la marca es una identificación institucional primordial o el conjunto de varios identificadores, que se relacionan entre sí para ofrecer un servicio diferenciado y claramente reconocible frente a otras organizaciones de similar estructura.
- 6.2.4 **Clima organizacional:** Percepciones subjetivas que tienen los mismos trabajadores sobre la institución en la que trabajan en un momento y situación determinada.
- 6.2.5 **Cultura organizacional:** Es el conjunto de creencias, hábitos, valores, actitudes, tradiciones, filosofía y rituales existentes en todas las instituciones y que las definen profundamente y las hacen únicas.
- 6.2.6 **Identidad organizacional:** es la suma de la imagen gráfica y la cultura organizacional de una institución que es proyectada hacia el exterior, y con la que los trabajadores se auto identifican y se auto diferencian de otras organizaciones.

VII. RECURSOS HUMANOS

El recurso humano de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional se distribuye como se detalla en la Tabla 1, para el cumplimiento de las actividades programadas en el presente Plan.

Tabla 1:

Recurso Humano de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

Unidad de Organización	Área	Cargo	Condición Laboral	Cantidad	Brecha	Total
UCII	Comunicaciones	Jefe/a	CAS	1	0	1
		Especialista en Comunicaciones	CAS	2	0	2
		Comunicador social	Locador	1	0	1
		Diseñador gráfico	Locador	1	0	1
		Community manager	Locador	0	1	1
		Total				5

VIII. ACTIVIDADES A REALIZAR

Para el presente año se ha programado realizar actividades a través de líneas de acción que se encuentren enfocadas en establecer y fortalecer la reputación y cultura organizacional del Hospital, enfocado en la calidad de sus profesionales, la calidad de sus atenciones y la identificación con la labor desarrollada, en el marco de una comunicación estratégica macro.

Estas estrategias han sido pensadas en un nuevo escenario planteado por la pandemia de Covid-19, que nos obliga a repensar y darle mayor relevancia a las acciones de comunicación virtual. Asimismo, se genera un mayor posicionamiento de la comunicación a distancia y cómo se puede establecer una estrategia capaz de lograr objetivos a largo plazo.

8.1 Comunicación externa.

Enfocada en la comunicación estratégica dirigida a los usuarios y población, basada en iniciativas y servicios que brinda la institución, de manera que se establezca un vínculo entre la calidad del trabajo organizacional y el relacionamiento con la población e instituciones aliadas. Para el caso de comunicación externa se deberá tomar en cuenta sus componentes estratégicos que deberán abordarse de manera individual y basados en el tipo de canal, audiencia y mensaje que se quiera transmitir. Para ello se plantean las siguientes actividades:

8.1.1 Fortalecimiento de las redes sociales institucionales

Nuestras redes sociales han sufrido un estancamiento en su crecimiento durante los tres últimos años debido, en gran parte, a las nuevas formas de comunicar, la virtualidad a causa de la pandemia, el auge de la diversidad digital y la competencia comunicacional que existe entre organizaciones con parecido core de servicio. Esto sumado a las nuevas políticas y restricciones de las mismas redes sociales que afectan el crecimiento no pagado, han hecho que nuestras redes sociales crezcan de manera mucho más lenta de lo esperado, pese al esfuerzo en la gestión de contenidos.

Este estancamiento, si bien no ha sido crítico, hace necesario un replanteamiento en la gestión de las redes sociales, e incluso contemplar la contratación de un especialista en el manejo de comunidades virtuales que nos permita crecer a un mayor ritmo, lo que se traducirá en un mayor alcance de nuestros mensajes y posicionamiento institucional. Este profesional, cumpliría una suerte de canal de respuesta a las diversas y continuas interrogantes de los pacientes. Esto sumado a la falta de un presupuesto de publicidad para redes sociales, hacen que perdamos oportunidad de consolidar nuestras estrategias de comunicación externa y posicionamiento institucional.

Asimismo, se considera importante que se continúe con las estrategias 360° que tienen como objetivo el posicionamiento integral de temas e iniciativas positivas, pero sin dejar de lado el mecanismo de mejora continua a raíz de las crisis y situaciones no esperadas que se puedan presentar. Asimismo, las redes sociales nos sirven como termómetro, para medir las expectativas, sentimientos y opiniones que los públicos tienen de la institución para adoptar medidas correctivas y brindar un mejor servicio.

Sin embargo, siendo una institución nueva, y teniendo como objetivo no solo ser conocida a nivel de los trabajadores del hospital sino crecer hacia nuestros usuarios, autoridades e incluso otras instituciones, es necesario aplicar estrategias de crecimiento continuo. Para ello se debe promover la participación de nuestros públicos, realizar actividades que motiven la participación a través de estas plataformas como estrategias del "Call To Action", etc. Para ello se requieren materiales que deben servir como premios a la participación, de manera que se motiven a interactuar con nuestras redes y sus contenidos.

Entre las tareas a trabajar para la presente actividad se tienen:

8.1.1.1 Crecimiento de la red social Facebook. Una de las redes sociales institucionales con mayor antigüedad y con la mayor cantidad de seguidores. Es un potente medio de comunicación, que debe crear una



tendencia al crecimiento de su comunidad, enfrentarse a los retos propios de la codificación de la aplicación y la competencia con otras instituciones de igual o parecido abanico de servicios.

8.1.1.2 Crecimiento de la red social Instagram. Una aplicación eminentemente visual, que no ha tenido un crecimiento muy amplio, pero que cada vez cobra mayor impulso entre la población femenina joven. Es un espacio que se debe fortalecer y crecer para consolidarla como una red social de alto impacto.

8.1.1.3 Crecimiento de la red social Youtube. Una red social que ha crecido bastante bien en los últimos años a raíz de la pandemia, aprovechándose su característica de inactualidad, lo que permite que los contenidos crezcan y sumen seguidores incluso meses después de las publicaciones.

8.1.1.4 Crecimiento de la red social Tik Tok. Una red social relativamente nueva, que tiene su mayor fortaleza en los jóvenes. Son importantes canales y vitrinas para el desarrollo de estrategias como concursos, lo cual genera tráfico y a su vez la oportunidad de posicionar mensajes de manera ágil y divertida.

8.1.1.5 Crecimiento de la red social Twitter. Esta es una red sumamente actualizada, se caracteriza por su inmediatez y su carácter informativo. Ha sido clave en el desarrollo de estrategias de búsqueda de pacientes no identificados y comunicación de declaraciones y comunicados oficiales de manera eficaz y ha sido vitrina importante para el impulso de informes en plataformas tradicionales de comunicación.

8.1.1.6 Crecimiento de la red social LinkedIn. Esta es quizás la red social con menos desarrollo, pero que se convierte en un espacio disponible para ser aprovechado como una red profesional en la cual se puede impulsar las acciones de docencia e investigación, que son parte de nuestros procesos misionales.

8.1.1.7 Desarrollo de productos audiovisuales. Son importantes vehículos de comunicación con los que se aprovechan nuestras potencialidades y se mejora nuestro posicionamiento no solo a nivel de población, sino ante instituciones y actores políticos. Es por ello, que resulta importante gestionar iniciativas audiovisuales que incluyan la pre producción, producción y post producción de insumos alejados de los parámetros de las instituciones públicas y acercándonos a iniciativas publicitarias y de marketing que apunten a fidelizar nuestra marca.

8.1.1.8 Desarrollo de productos gráficos. El uso de gráficas innovadoras y de fácil comprensión son herramientas eficaces para comunicar ideas e información relevante a nuestros usuarios a través de las redes sociales, por el trabajo del diseñador gráfico y de ser el caso, un programador de contenidos (community manager) resultan valiosos para lograr los objetivos de la comunicación.

8.1.1.9 Desarrollo de Streamings o transmisiones en vivo. El trabajo de creación de contenido estratégico debe ayudarnos a fidelizar a nuestros seguidores de manera que actúen a favor de la institución en casos



puntuales de crisis externas. El desarrollo se debe realizar teniendo como base el trabajo conjunto con los mismos trabajadores, que se motivan y se sienten parte de las estrategias al verse en los diferentes contenidos.

8.1.2 *Relacionamiento con medios de comunicación*

Es importante que el hospital comunique los avances de su gestión a través de medios de comunicación, lo cual fortalece la imagen positiva de la institución y lo posiciona frente a otras instituciones. Este trabajo debe llevarse tanto a nivel nacional como local, con la misma importancia, ya que se dirigen a públicos objetivos bien definidos en los objetivos de la organización.

Para este trabajo es necesario que se tomen en cuenta las estrategias a adoptar, para ganar espacios y mejorar nuestra relación con periodistas y medios, lo cual resulta estratégico en situaciones de crisis, ya que nos brinda una ventaja de negociación para poder enviar mensajes en momentos claves. Para ello, se deberá tomar en consideración las efemérides de salud a nivel nacional, las cuales han sido decididas en consenso por los integrantes de la institución.

Entre las tareas a trabajar para la presente actividad se tienen:

8.1.2.1 Entrevistas en medios, el contar con especialistas en diversos temas de salud nos brinda un abanico de posibilidades para salir en medios y destacarnos como un hospital que cuenta con los mejores profesionales, los más calificados y nos hace destacar frente a otros nosocomios. Cabe mencionar que, en muchas ocasiones, no se puede programar o prever con anticipación las oportunidades que surgen por parte de los medios, respecto a las solicitudes de participación en espacios mediáticos

8.1.2.2 Notas de prensa publicadas en medios, el generar contenido de prensa que puede ser replicado en medios de comunicación de diversos formatos: televisivos, escritos, online e incluso de redes sociales, nos pone en la agenda pública de manera positiva a través de contenidos propuestos por la Unidad de Comunicaciones para el posicionamiento institucional.

8.1.2.3 Informes y/o reportajes en medios, es importante considerar la realización de informes y reportajes a través de medios de comunicación nacionales, como mecanismos de difusión importantes que se deben trabajar para la cobertura de actividades e iniciativas del hospital, de forma que se hagan evidentes ante la opinión pública y nos permita ganar prestigio y reputación.

8.1.3 *Relacionamiento con comunidad y relaciones públicas*

La estrategia de vinculación y trabajo articulado con diversos actores sociales y políticos fortalece el desarrollo de acciones conjuntas y valida el trabajo que se realiza de cara a la población, promoviendo el trabajo del equipo de gestión y el potencial humano de los colaboradores y sus servicios. Este componente comunicacional, que está vinculado a un trabajo de relacionamiento no solo con pobladores, sino con sus necesidades, está enfocado en conocer y dar solución a los problemas de salud donde opera la institución y en el marco de sus competencias.



Para ello, el presente documento contiene el mapeo de actores desarrollado por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional (ANEXO N. 03), el cual servirá como insumo para las estrategias que se puedan desarrollar en el marco del presente plan.

Además, se han identificado diversas tareas a trabajar, que son importantes para el buen desarrollo de la gestión organizacional:

8.1.3.1 Intervenciones de salud. Si bien uno de nuestros principales puntos a mejorar es el acceso a especialidades que muchos usuarios desean obtener, podemos realizar actividades que de una manera objetiva nos acerquen a estos usuarios, demostrando que el hospital tiene la prioridad de llevar a salud a quien más lo necesite, sin importar el tipo de seguro que tengan (concepto de acceso universal a la salud) y cuyo trabajo nos vincula positivamente a Gobiernos Locales, Líderes sociales y comunidad activa, mejorando la imagen que tienen de nosotros y sumando a nuestra reputación como una institución cercana a la población.

Las intervenciones de salud por lo general concluyen en campañas de salud cuyas especialidades se basan en las necesidades de la población. Además, estos espacios sirven para llevar información promocional de salud y mejorar el conocimiento de los usuarios sobre los procesos y mecanismos que deben seguir para atenderse, diferencias de atenciones, pagos, oferta de salud, análisis, estudios, llamados a la acción e incluso medidas preventivas.

8.1.3.2 Reuniones con actores sociales y políticos. La comunicación estratégica permite mejorar la imagen institucional a través de las acciones de abogacía, es decir, que personajes con cierto grado de reconocimiento y liderazgo asuman como propios los mensajes y acciones emprendidas por el hospital, lo cual nos proporciona un mayor empuje en el reconocimiento y aceptación de medidas e iniciativas.

Esto nos permite, por ejemplo, mejorar nuestras estadísticas de convocatoria, mejora nuestra llegada a través de redes sociales y fortalece el proceso de comunicación de mensajes claves que puede variar según las necesidades de la institución.

8.1.3.3 Acercamiento con instituciones públicas y privadas. Existen instituciones que resultan estratégicas para una vinculación que permita el desarrollo de iniciativas para generar y adquirir herramientas de mejora a la gestión y sobre todo al usuario. Por ello, es importante que, como organización, estrechemos lazos con diversas instituciones y podamos generar vínculos de amistad y sobre todo de intercambio de iniciativas.

El trabajo de relacionamiento incluye el tener acercamiento con instituciones estratégicas como: empresas privadas, instituciones educativas, instituciones de salud, municipios, etc.

8.1.4 Comunicación estratégica para los usuarios

Se debe mantener una permanente comunicación gráfica, audiovisual y digital hacia nuestros usuarios con información ágil oportuna, adecuada y



suficiente sobre nuestros procesos, servicios y situaciones que de alguna manera puedan afectar la satisfacción de sus necesidades. Para ello, resulta de gran importancia, revisar, proponer, implementar y actualizar los canales de comunicación institucionales.

Entre las tareas a desarrollar en este componente, se propone:

8.1.4.1 Actualización de la página web. El portal institucional es una importante herramienta de comunicación que tiene que estar en constante actualización y servir como referente a los usuarios, autoridades, instituciones y todo aquel que requiera información oficial de la institución. Debe estar orientado al usuario y tener definido el uso y públicos a los cuales llegaremos pues, se debe evitar volcar de forma desorganizada y sin objetivo claro la información a esta página.

Asimismo, se propone concluir la migración a la plataforma Go.pe, lo cual se debe realizar en cumplimiento a las normas vigentes y el mandato de gestión pública del Estado.

8.1.4.2 Comunicación a través de carteles informativos. Debido a la pandemia y los constantes ajustes a los procesos, flujos y atenciones, es necesario contar con canales de información flexibles y cambiantes, que nos permitan comunicar rápida y eficazmente la información relevante en cuanto a la atención de los pacientes. Asimismo, existen ocasiones en que los carteles se deterioran o son vandalizados, lo que hace necesario los cambios inmediatos, mediante un servicio contratado.

El hospital cuenta con paneles exteriores, que sirve para la colocación de mensajes e información útil para los usuarios, por lo que se debe contemplar la actualización regular de dichas herramientas. Asimismo, el uso de viniles es una importante manera de comunicar efectivamente mensajes, anuncios y declaraciones salas de espera y paredes internas y externas por donde circulan los pacientes. A través de esta estrategia pueden conocer aquello que nosotros queremos comunicar o transmitir como instituciones. Asimismo, estas herramientas sirven para crear ambientes mucho más amigables y cálidos hacia nuestros usuarios, lo que favorece la adherencia al tratamiento y recuperación de los mismos.

8.1.4.3 Actualización de la señalética institucional. Una forma de guiar a los usuarios a través de las instalaciones es con la implementación y actualización de señalética en puntos clave, lo cual sirve como orientación para que los pacientes y sus familiares puedan ubicar espacios, conocer determinados peligros, recordar obligaciones y normas de comportamiento y bioseguridad, así como también provocar reacciones que favorezcan un comportamiento seguro en la institución.

8.1.5 Desarrollo de actividades de marketing social

El desarrollo de acciones que pongan en vitrina el trabajo de la institución es parte del proceso de creación de reputación y mejora de la imagen de la organización. En ese sentido, se propone la ejecución de las siguientes tareas:



8.1.5.1 Activaciones. Las acciones que resultan impactantes y que de alguna manera sacan de la rutina a quienes va dirigido generan una mayor repercusión en cuanto a cambios de actitud y adopción de nuevos hábitos y percepciones. Por ello las activaciones tienen una relevancia para la ejecución de campañas y estrategias comunicacionales enfocadas en temas importantes para la gestión.

Muchas de las activaciones que se proyectan tienen una preparación (talleres, cursos) anterior a la presentación, por lo que es necesario incluir en el presente plan un presupuesto que nos permita gestionar de la mejor manera la producción de este tipo de intervenciones. El éxito de estas activaciones es la integración y participación de nuestros colaboradores, quienes además de generar impacto en los usuarios, crean un buen clima organizacional y nos ayudan a obtener resultados positivos.

8.1.5.2 Participación en Concursos de reconocimiento. Una de las mejores maneras de visibilizar el trabajo e iniciativas que realiza nuestra institución es a través de nuestra participación (y clasificación) en concursos organizados por diversas entidades (públicas y privadas) de manera que nos identifiquen como líderes en temas de nuestra competencia y una institución claramente competitiva (capaz de optar por certificaciones de calidad) y reconocimiento a nivel nacional. Uno de estos concursos es nuestra participación en el Concurso de Buenas prácticas de Gestión (BPG), así como otros organizados por organizaciones de prestigio.

8.2 Comunicación interna.

La comunicación interna nace como respuesta a las nuevas necesidades de las instituciones de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno donde el cambio es cada vez más rápido. No olvidemos que las instituciones son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados.

Son pocas las entidades que desarrollan una adecuada política de comunicación interna que contribuya a implantar cambios y lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la institución. Esto es más evidente, en organizaciones del sector público, donde al parecer no se ha podido aterrizar la experiencia del privado en materia de la gestión y fortalecimiento de la cultura y clima internos.

El hospital ha experimentado crisis en materia de comunicación interna, que va asociada a deficiencias en la gestión de la información y relacionamiento entre trabajadores y funcionarios. Esto ha conllevado a que, en determinados escenarios, el clima y la cultura organizacional se deterioren.

A esto se suma el surgimiento y acciones tomadas por personajes contrarios a las gestiones, que han asumido roles de liderazgo y vocería, que merman el trabajo institucional, al punto de que se tenga que dedicar demasiado tiempo, esfuerzos y estrategias a aplacar las crisis internas, quitando (tal vez) tiempo y visión a otras funciones igual de importantes y urgentes.

Del levantamiento de información hecha por la Unidad de Comunicaciones, se ha podido observar que las crisis internas al interior del hospital se producen por:



- Problemas de comunicación y silencios que no han resultado estratégicos, ante dudas y consultas de los trabajadores.
- Alejamiento de las decisiones de gestión respecto al trabajo operativo y un distanciamiento de los líderes con los trabajadores.
- Crisis externas por las que habitualmente atraviesa una institución pública o incluso declaraciones o decisiones políticas que luego afectan el quehacer del hospital.
- Inconformidades que se expresan en rumores, ruido, manifestaciones y un deteriorado clima organizacional que va en aumento.

La politización de una institución siempre es un riesgo que debe ser observado por sus líderes, sobre todo porque esta situación exige también cambios en la forma como se viene gestionando la toma de decisiones. En esta etapa cobra realce la licencia, aceptación o validación de quienes tendrán la responsabilidad de ejecutarlas, ya que impactan directamente en el trabajo operativo y por consiguiente en los intereses personales de los trabajadores.

El presente plan de comunicaciones no podrá solucionar por sí solo una ruptura o brechas en la cultura y clima organizacional, pero puede ayudar a gestionar de una mejor manera uno de los factores claves que debe ser asumido en todos los niveles: una comunicación eficaz.

Todas las estrategias de comunicación interna deben estar orientadas a los objetivos declarativos de la institución. Por ello, es importante contar con una visión, misión y valores bien constituidos, formalizados y comprendidos por todos los trabajadores, de modo que permita la construcción de cultura e identidad.

Cabe precisar que si bien el componente de cultura y clima interno se encuentran asociados a un subproceso de la Oficina de Gestión de Recursos Humanos, la Unidad de Comunicaciones no puede dejar de lado su propósito de generar estrategias de comunicación que favorezcan este proceso, y en mérito a ello, presentamos propuestas de gestión de la comunicación interna, abordando diversos aspectos de análisis, escenarios de pandemia y retos inconclusos de años anteriores que debemos retomar:

8.2.1 Fortalecimiento de la cultura organizacional

Las acciones de comunicación interna están orientadas a crear y consolidar una cultura organizacional que regirá el trabajo de la institución por los siguientes años. Su construcción demanda tiempo, interacción, inversión y sobre todo una serie de acciones que incluyen un contacto directo con los colaboradores y sus intereses personales, por lo que es importante definir estas intervenciones y desarrollarlas (en conjunto con la Oficina de Gestión de Recursos Humanos) para conseguir el objetivo de transmitir una correcta y adecuada cultura, que se vea reflejada incluso a los usuarios externos.

Para ello se han planteado las siguientes tareas:

8.2.1.1 Campaña interna de cultura organizacional. La cual debe usar herramientas y canales de comunicación internos para posicionar en la mente de los trabajadores las ideas clave para una adecuada cultura: fortalecimiento de la gestión por procesos, la misión, la visión, los valores y lo que se espera en cada uno de los empleados, respecto a sus labores.



8.2.1.2 Voluntariado institucional. El involucramiento de las personas en fines conjuntos y más allá de lo laboral, permite crear identificación, sentido de pertenencia y motivación, que son elementos importantes en la creación de nuestra cultura organizacional; por ello, se debe consolidar la creación y formalización de grupos de personas (colaboradores internos y externos) que se sumen a campañas de voluntariado.

El hospital ya cuenta con una Directiva de voluntariado y ha quedado pendiente el lanzamiento oficial y su institucionalización con voluntarios externos. Para ello es necesario contar con indumentaria, identificación y procesos claros para desarrollar estas actividades de manera segura y beneficiosa para todos los involucrados.

Asimismo, se propone un segundo voluntariado, asociado a un grupo de personas con contactos y recursos suficientes para gestionar donaciones, actividades e iniciativas en favor de los pacientes de la institución.

8.2.1.3 Actividades de reconocimiento. Cada actividad que se programe dentro de una estrategia de comunicación interna, puede ser reforzada o incentivada a través del uso de reconocimientos, que de alguna manera continúe orientando a nuestro público interno hacia la identificación con el hospital.

8.2.2 Fortalecimiento del clima organizacional

Una importante tarea, es el de fomentar un clima interno positivo que permita desarrollar el trabajo del hospital de manera adecuada y que impacte positivamente en el día a día de los trabajadores. Para esto se han planteado las siguientes tareas:

8.2.2.1 Actividades de integración. Uno de los mayores retos de una institución que crece de forma rápida es la naturaleza de sus horarios (turnos) y jornadas, que imposibilitan acciones dirigidas al total de trabajadores. Por ello, las acciones de integración como campeonatos deportivos, actividades y competencias culturales, así como la promoción de actividades lúdicas dentro y fuera del hospital, cumplen un rol importante en la creación de un clima institucional adecuado.

8.2.2.2 Actividades internas. El uso de actividades internas como concursos, faenas, activaciones, efemérides sobre fechas conmemorativas, entre otras acciones de involucramiento del personal permiten gestionar y hacer un alto a la carga laboral y promueve el involucramiento con la gestión y los objetivos institucionales. Para esta tarea, se pueden vincular a las fechas conmemorativas como días festivos, aniversarios de grupos ocupacionales, entre otros momentos establecidos por el Estado, ya que se convierten en oportunidades para el desarrollo de la cultura organizacional y la identificación con la institución.

La mayoría de las actividades internas se deberán programar en base a efemérides institucionales, las cuales, son consolidadas y definidas en el presente plan (ANEXO N.º 04).

8.2.3 Fortalecimiento de la comunicación interna

Una de las acciones más básicas de fortalecimiento de la comunicación interna es estandarizar el tipo y los canales de comunicación que se



emplearán para gestionar la información al interior del hospital, así como estandarizar algunos elementos de uso cotidiano en el quehacer de los colaboradores, ya que esto brinda una identidad propia a la institución y desarrolla confianza e identidad en el quehacer institucional.

Si bien el desarrollo de merchandising institucional es costoso y poco reconocido por algunos funcionarios en el sector público, son parte importante de un proceso de creación de identidad, que en sectores como el privado son bastante valorados y considerados como una inversión.

El posicionamiento de la marca Heves debe incluir las siguientes tareas:

8.2.3.1 Desarrollo de piezas visuales estandarizadas. El desarrollo de una línea visual estandarizada es algo elemental para el trabajo de la organizacional. Por ello, se deben desarrollar piezas gráficas, audiovisuales y comunicaciones digitales (boletines, Wallpapers, etc) bajo un estándar que permita la identificación de la marca HEVES en todos los canales y plataformas en los que se promuevan dichas comunicaciones.

8.2.3.2 Uso de los canales internos de comunicación. A través de los canales de: *perifoneo, correo institucional y circuito cerrado*, se deberán promover mensajes, comunicados e información de carácter necesario y estratégico para nuestros trabajadores, los cuales, por su inmediatez, resultan en medios de comunicación con una alta tasa de llegada y comprensión.

8.2.3.3 Adquisición de elementos de comunicación interna. Es importante llegar a todos los colaboradores con información de interés institucional, por ello es relevante contar con espacios informativos que permitan facilitar estas acciones. Para ello, se debe considera la adquisición y compra de los materiales como acrílicos informativos, paneles, cuadros de exposición, viniles decorativos, totems de exposición, entre otros.

8.2.4 Desarrollo de actividades oficiales.

Para ello se deben desarrollar elementos estandarizados como letras, elementos de protocolo e incluso la gestión protocolar de los eventos, bajo una perspectiva de marca. Esta tarea involucra trabajar previamente el desarrollo de un programa y una coordinación estrecha entre la Dirección Ejecutiva y las oficinas y áreas involucradas. Se consideran las siguientes tareas:

8.2.4.1 Desarrollo de protocolo institucional. Esta tarea se considerará únicamente para las actividades que merezcan una solemnidad o un desarrollo más especializado del evento. En ningún caso se debe confundir la acción de protocolo con el trabajo de un facilitador, en cuyo caso se debe tener en cuenta a un especialista.

8.2.4.2 Ejecución de actividades oficiales. Que comprende la preparación (programa y ayuda memoria), así como el desarrollo, convocatoria, cobertura y publicación de las actividades oficiales que se consideren estratégicas en coordinación con la Dirección ejecutiva.



IX. RESPONSABILIDADES

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional (UCII) del Hospital de Emergencias Villa El Salvador es el encargado del desarrollo y ejecución del presente plan, en coordinación con la Dirección Ejecutiva y las áreas que resulten responsables. Para el caso de las acciones de comunicación interna, el presente plan coadyuva al trabajo de la Oficina de Gestión de Recursos Humanos en sus componentes de clima y cultura organizacional.



X. ANEXOS

10.1 Anexo N° 01: Cronograma de actividades

Centro de Costo	Actividad	Actividad Operativa	Detalle de Actividad	Unidad de Medida	Meta	PROGRAMACIÓN												Responsable	
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social Facebook.	Seguidores	3600	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social Instagram	Seguidores	180	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social YouTube	Seguidores	3600	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social Tik Tok	Seguidores	120	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social Twitter	Seguidores	240	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Crecimiento de la red social LinkedIn	Seguidores	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Desarrollo de productos audiovisuales	Video	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Desarrollo de productos gráficos	Pieza gráfica	120	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Entrevistas en medios	Entrevista	6	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Notas de prensa publicadas en medios	Nota de prensa	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Informes y/o reportajes en medios	Reportaje	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Intervenciones de salud	Campaña	4	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Reuniones con actores sociales y políticos	Reunión	3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Actualización de la página web	Publicación	60	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	5000003 gestión administrativa	Comunicación externa	Participación en Concursos de reconocimiento	Participación	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional



10.2 Anexo N° 02: Presupuesto

Centro de costo	Categoría Presupuesto	Producto	Actividad	Actividad operativa	Bienes y Servicios				Presupuesto			FF
					Tipo	Cod. Clasificador	Cod..SIGA	Item	Canti.	Precio	Total (S./)	
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.1.1	283400420125	batería recargable para cámara fotográfica	1	259	259	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.2.9.1.2	283400100002	Pilas alcalinas AA	150	5	750	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.2.9.1.2	717200050250	Hojas bond 80g tamaño A3	150	5	750	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767500590010	Memoria portátil USB de 32gb	10	80	800	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	317500100003	Puntero láser	2	80	160	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.1.1	091100070054	Agua de mesa sin gas x 500ml	500	2	1000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.1.1	710300010062	cinta adhesiva transparente doble contacto 2 in x 5 m	12	0.531	6.372	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.1.1	710300010101	cinta adhesiva transparente 3 in x 40 yd	12	15	180	RO



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 3 1	710300120034	nota autoadhesiva 3 in x 3 in aprox. x 400 hojas	10	1	10	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 4 1	715000230041	tijera de metal de 7 in con mango de plástico	5	2.49	12.45	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 7. 1 1	717200050224	papel bond 80 g tamaño a4	24	9.4282	226.2768	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 1 2	718500050004	clip mariposa de metal nº 3 x 12	20	1.5458	30.916	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 1 2	718500050005	clip mariposa de metal nº 2 x 50	5	1.298	6.49	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 1 2	718500050029	clip mariposa de metal nº 1 x 100	5	0.8	4	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3. 1 5. 1 2	718500060001	chince con cabeza de colores x 100	5	1.5694	7.847	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.6. 3 2. 3 3	952254160001	Mezclador de sonido	1	12000	12000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.6. 3 2. 3 3	952285140001	Televisor a colores	7	4000	28000	RO



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400061508	tóner de impresión para kyocera cod. ref. tk 1147 negro	4	169.861	2038.332	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400051630	Tinta para impresora Epson L1300 cod. ref. T664120 negro	6	50	300	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400051631	Tinta para impresora Epson L1300 cod. ref. T664220 cian	4	50	200	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400051632	Tinta para impresora Epson L1300 cod. ref. T664320 magenta	4	50	200	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400051633	Tinta para impresora Epson L1300 cod. ref. T664420 amarillo	4	50	200	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400063262	Toner de impresión para HP L1300 cod. ref. 414-W2020-negro	3	400	1200	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400063263	Toner de impresión para HP L1300 cod. ref. 414-W2021-cian	2	400	800	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400063264	Toner de impresión para HP L1300 cod. ref. 414-W2022-amarillo	2	400	800	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	767400063265	Toner de impresión para HP L1300 cod. ref. 414-W2023-magenta	2	400	800	RO



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.5.1.2	858500010288	bandera nacional de piel de ángel 90 cm x 1.40 m con asta de madera y base circular	4	250	1000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	B	2.3.1.2.1.1	899600122905	Disfraz de muñeco institucional	1	4000	4000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.27.11.99	526000130307	Instalación y diseño de estructuras metálicas	1	20000	20000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	061000030006	servicio de lavado de prendas en general	6	250	1500	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	071100383984	servicio de gestión y monitoreo de redes sociales	11	3500	38500	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	071100383170	servicio especializado en comunicación social	12	4000	48000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	071100384773	servicio especializado en diseño grafico	12	3500	42000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	100500020010	servicio de show artistico cultural educativo	3	5000	15000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.1.5.1.2	500100050561	servicio de impresiones en general	3	18000	54000	RO

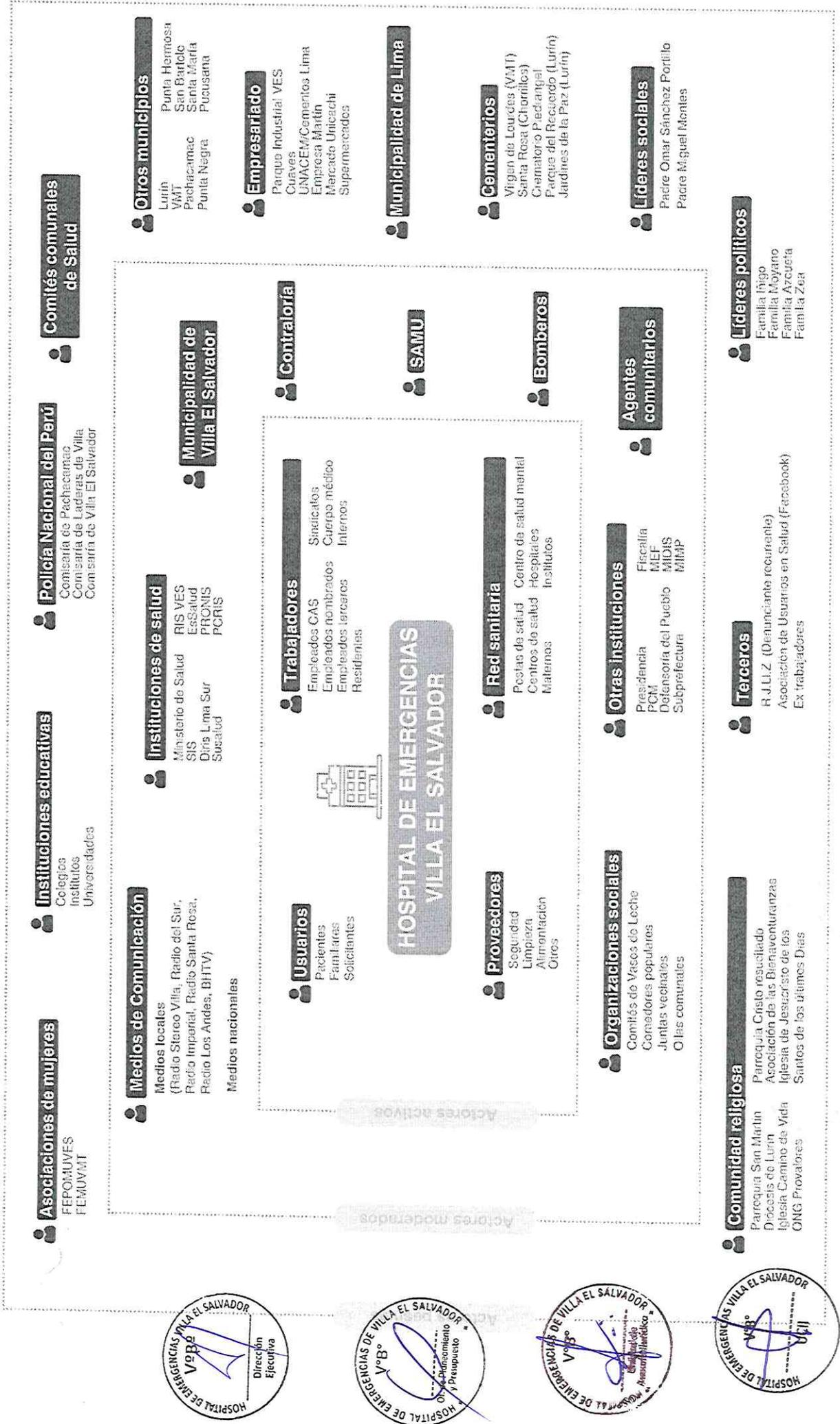


PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación externa	S	2.3.2.7.11.3	180100010010	Servicio de adornos florales	1	6000	6000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	B	2.3.1.6.1.2	199100100978	parlante (menor a 1/4 uit) 900 w	5	80	400	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	B	2.3.1.5.1.2	710600010012	archivador de cartón con palanca lomo ancho tamaño oficina	36	4.13	148.68	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	B	2.3.1.5.1.2	717300050008	cartulina de hilo 180 g tamaño a4	1200	0.5	600	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	S	2.3.2.7.11.99	040100010009	servicio de desayunos, almuerzos, cenas, coffe break	4	5000	20000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	S	2.3.2.7.11.99	071100385593	servicio de implementación y mejoras de señalización, vías de circulación y evacuación	1	12000	12000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	S	2.3.2.7.11.99	524500060007	servicio de instalación de señal de televisión por cable	1	6000	6000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	S	2.3.2.9.1.1	526000130074	servicio de iluminación	2	4500	9000	RO
Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional	9001	3999999	5000003	Comunicación interna	S	2.3.2.9.1.1	526000130074	servicio de iluminación	2	4500	9000	RO
Total											S/334,505.992	



10.3 Anexo N.º 03: Mapeo de actores



10.4 Anexo N.º 04: Efemérides institucionales

Aniversarios institucionales

- Aniversarios internos (HEVES)
- Efemérides de grupos ocupacionales
- Efemérides generales

FECHA	INSTITUCIÓN
ENERO	
01 de enero	Año nuevo
01 de enero	Aniversario del Hospital Víctor Larco Herrera
06 de enero	Aniversario del Hospital Nacional Docente Madre Niño San Bartolomé
18 de enero	Aniversario de la Municipalidad de Lima
25 de enero	Día Nacional de la Anatomía Patológica
29 de enero	Aniversario del Seguro Integral de Salud (SIS)
30 de enero	Día de la enfermedad de Hansen
Último domingo	Día mundial contra la lepra
FEBRERO	
04 de febrero	Día mundial contra el cáncer
08 de febrero	Día internacional de la epilepsia
1er domingo	Día del lunar
11 de febrero	Jornada mundial del enfermo
11 de febrero	Día mundial de la mujer médica
13 de febrero	Día internacional del condón
13 de febrero	Día del médico auditor
14 de febrero	Día del administrador peruano
14 de febrero	Día de los enamorados
14 de febrero	Día mundial de las cardiopatías congénitas
15 de febrero	Día internacional contra el Cáncer infantil
18 de febrero	Día del síndrome de asperger
22 de febrero	Aniversario del Hospital San Juan de Lurigancho
22 de febrero	Aniversario del servicio de medicina interna (HEVES)
24 de febrero	Aniversario del Hospital Nacional Hipólito Unanue
27 de febrero	Día nacional del tecnólogo médico
27 de febrero	Día mundial del trasplante de órganos y tejidos
28 de febrero	Día de lucha contra la osteoporosis
28 de febrero	Día nacional de las enfermedades raras
28 de febrero	Aniversario del Hospital Nacional Dos de Mayo
MARZO	
01 de marzo	Aniversario de Laboratorio clínico (HEVES)
01 de marzo	Aniversario de la UCI pediátrica (HEVES)
08 de marzo	Día de la mujer
10 de marzo	Aniversario del Hospital José Agurto Tello de Chosica
12 de marzo	Día de la cardiología peruana
2do jueves	Día mundial del riñón
15 de marzo	Aniversario del Hospital Nacional Daniel Alcides Carrión
21 de marzo	Día mundial del síndrome de Down
24 de marzo	Día mundial contra la tuberculosis
25 de marzo	Día del niño por nacer
25 de marzo	Aniversario del Hospital de Emergencias Ate Vitarte (nuevo)
26 de marzo	Día del cáncer de cuello uterino
ABRIL	
02 de abril	Día del abogado peruano
02 de abril	Día de la concientización sobre el autismo
05 de abril	Día del cirujano peruano
05 de abril	Día de la cirugía peruana
06 de abril	Día del interno de medicina
06 de abril	Día mundial de la actividad física



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

07 de abril	Aniversario del Hospital de Emergencias Villa El Salvador
07 de abril	Día mundial de la salud
08 de abril	Día del economista peruano
08 de abril	Día mundial del neurocirujano
11 de abril	Día mundial del Parkinson
2do domingo	Día del niño peruano
16 de abril	Día de la cancerología peruana
17 de abril	Día mundial de la hemofilia
20 de abril	Semana de vacunación de las américas
20 de abril	Aniversario del Fondo Intangible Solidario de Salud - Fissal
23 de abril	Día del estadístico en salud
24 de abril	Día contra la meningitis
25 de abril	Día mundial del paludismo
26 de abril	Día de la secretaria
28 de abril	Día mundial por la seguridad y salud en el trabajo
30 de abril	Día del psicólogo peruano
MAYO	
01 de mayo	Día internacional del trabajador
1er martes	Día mundial del asma
02 de mayo	Aniversario de Gestión de Riesgos de Desastres – GRD (HEVES)
02 de mayo	Aniversario del servicio de Ginecoobstetricia (HEVES)
05 de mayo	Aniversario de la Municipalidad de San Bartolo
06 de mayo	Día del auxiliar y técnico de enfermería
08 de mayo	Día mundial del cáncer de ovario
10 de mayo	Día mundial del Lupus
11 de mayo	Aniversario de la Municipalidad de Villa El Salvador
12 de mayo	Aniversario de la Universidad San Marcos
12 de mayo	Día internacional de la fibromialgia
2do domingo	Día de la madre
13 de mayo	Día nacional del químico farmacéutico
14 de mayo	Día mundial del seguro
15 de mayo	Día internacional de la familia
17 de mayo	Día mundial de la hipertensión
3era semana	Semana de la maternidad saludable y segura
23 de mayo	Día nacional del donante de órganos y tejidos
28 de mayo	Día internacional de acción por la salud de la mujer
29 de mayo	Día mundial de la salud digestiva
29 de mayo	Día nacional de la vacunación
29 de mayo	Día del servidor público
31 de mayo	Día de la medicina de emergencias y desastres
31 de mayo	Día mundial sin tabaco
JUNIO	
01 de junio	Día del cirujano pediatra peruano
02 de junio	Día de lucha contra la miastenia en Perú
03 de junio	Día del hematólogo peruano
04 de junio	Día del agente comunitario en Salud
06 de junio	Día mundial del paciente trasplantado
07 de junio	Día de la bandera
08 de junio	Día del ingeniero peruano
08 de junio	Día del arquitecto en Perú
08 de junio	Día de la medicina intensiva en Perú
10 de junio	Día nacional de la prueba de VIH
11 de junio	Día mundial del cáncer de próstata
11 de junio	Aniversario del Instituto Nacional de Salud Mental Honorio Delgado – Hideyo Noguchi
13 de junio	Día mundial de sensibilización sobre el albinismo
14 de junio	Día mundial del donante de sangre
14 de junio	Aniversario de la Diris Lima Centro
15 de junio	Aniversario del servicio de pediatría (HEVES)
16 de junio	Aniversario de la Diris Lima Este



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

16 de junio	Aniversario de la Diris Lima Sur
3er domingo	Día del padre
19 de junio	Día nacional del terapeuta de lenguaje
20 de junio	Día nacional de lucha contra la hepatitis B
24 de junio	Aniversario del Instituto Nacional de Salud del Niño - San Borja
25 de junio	Día mundial del vitiligo
27 de junio	Aniversario de la Federación Médica Peruana
27 de junio	Día internacional de sordoceguera
27 de junio	Día de la prueba de VIH
30 de junio	Día de la ginecología y obstetricia peruana
JULIO	
1era semana	Semana de la rabia
04 de julio	Aniversario del servicio de Emergencia HEVES)
06 de julio	Aniversario del servicio de Gastroenterología (HEVES)
06 de julio	Día del médico maestro
07 de julio	Aniversario de la UCI adultos (HEVES)
11 de julio	Aniversario de la Sociedad Peruana de Pediatría
12 de julio	Aniversario del Hospital de Emergencias Pediátricas
12 de julio	Día mundial de la medicina social
13 de julio	Día nacional de sensibilización del TDAH
14 de julio	Aniversario del Instituto Nacional de Rehabilitación "Dra. Adriana Rebaza Flores" (INR)
16 de julio	Día nacional del nefrólogo
18 de julio	Aniversario del Hospital Nacional Cayetano Heredia
22 de julio	Día mundial del cerebro
23 de julio	Aniversario del Instituto Nacional de Salud - INS
24 de julio	Aniversario del Hospital de Emergencias José Casimiro Ulloa
25 de julio	Aniversario del Infosalud
25 de julio	Día del trabajador social (asistente social)
28 de julio	Fiestas patrias
AGOSTO	
01 de agosto	Aniversario del servicio de hospitalización de salud mental (HEVES)
03 de agosto	Día de la planificación familiar
05 de agosto	Aniversario del Hospital Ate Vitarte (antiguo)
06 de agosto	Día nacional del traumatólogo
06 de agosto	Día nacional del nutricionista
09 de agosto	Aniversario del servicio de centro obstétrico HEVES
10 de agosto	Aniversario del servicio de centro quirúrgico (HEVES)
11 de agosto	Día del comunicador social
12 de agosto	Aniversario de Essalud
13 de agosto	Día nacional de la salud y buen trato al paciente
15 de agosto	Aniversario del Hospital Nacional Sergio E. Bernales
22 de agosto	Aniversario del servicio de Cirugía Pediátrica (HEVES)
4ta semana	Semana Nacional de la lactancia materna
24 de agosto	Día nacional del urólogo
26 de agosto	Aniversario del Instituto Nacional de Ciencias Neurológicas
26 de agosto	Día nacional del adulto mayor
26 de agosto	Día internacional contra el dengue
28 de agosto	Día mundial de la rabia
30 de agosto	Aniversario del Hospital Santa Rosa
30 de agosto	Día del enfermero en Perú
30 de agosto	Día nacional del neumólogo
31 de agosto	Día internacional de la obstetricia
31 de agosto	Día nacional de la malaria
SEPTIEMBRE	
01 de setiembre	Día del fisioterapeuta peruano
02 de setiembre	Día nacional del neurólogo peruano
03 de setiembre	Día mundial de la higiene
04 de setiembre	Día mundial de la salud sexual
05 de setiembre	Día mundial del mieloma múltiple



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

08 de setiembre	Día internacional de la fisioterapia
08 de setiembre	Día mundial de la fibrosis quística
09 de setiembre	Aniversario de la Facultad de Medicina UNMSM "San Fernando"
09 de setiembre	Aniversario del Hospital Hermilio Valdizán
10 de setiembre	Día internacional para la prevención del suicidio
11 de setiembre	Día nacional del Contador Público
13 de setiembre	Día del programador informático
2da semana	Semana del tránsito seguro y saludable
17 de setiembre	Aniversario del Hospital Carlos Lanfranco La Hoz
17 de setiembre	Día mundial de la seguridad del paciente
18 de setiembre	Día mundial de la ética médica
19 de setiembre	Aniversario del Hospital de Huaycán
21 de setiembre	Día mundial del Alzheimer
22 de setiembre	Día nacional del epidemiólogo
23 de setiembre	Día internacional del médico residente
23 de setiembre	Día nacional de la primavera y juventud
23 de setiembre	Aniversario del Instituto Nacional de Oftalmología (INO)
25 de setiembre	Día del terapeuta ocupacional
28 de setiembre	Día del teleoperador
28 de setiembre	Día del reumatólogo
28 de setiembre	Día mundial contra la rabia
29 de setiembre	Día mundial del corazón
OCTUBRE	
01 de octubre	Día mundial del adulto mayor
05 de octubre	Día de la medicina peruana
05 de octubre	Aniversario del Ministerio de Salud - Minsa
05 de octubre	Día de la medicina peruana
10 de octubre	Día mundial de la salud mental
10 de octubre	Aniversario del Instituto Nacional Materno Perinatal (Maternidad)
2do jueves	Día mundial de la visión
13 de octubre	Día mundial de la trombosis
14 de octubre	Día mundial de la espirometría
15 de octubre	Día mundial del lavado de manos
16 de octubre	Día mundial de la alimentación
16 de octubre	Día nacional de las personas con discapacidad
16 de octubre	Día de la reanimación cardiopulmonar
16 de octubre	Aniversario del Colegio Médico del Perú - CMP
16 de octubre	Día mundial del anestesiólogo
18 de octubre	Día mundial de la menopausia
19 de octubre	Día internacional del Cáncer de mama
20 de octubre	Día mundial de la osteoporosis
20 de octubre	Día internacional de la pediatría
3era semana	Semana de lucha contra el Cáncer
22 de octubre	Día mundial de la tartamudez
25 de octubre	Día nacional del patólogo clínico
26 de octubre	Aniversario del Hospital María Auxiliadora
29 de octubre	Día mundial de lucha cerebrovascular
30 de octubre	Día internacional de la medicina
30 de octubre	Día de la gastroenterología peruana
30 de octubre	Día de la gastroenterología peruana
31 de octubre	Halloween y día de la canción criolla
NOVIEMBRE	
01 de noviembre	Aniversario del Instituto Nacional de Salud del Niño Breña
08 de noviembre	Día mundial de la radiología
12 de noviembre	Día de la pediatría peruana
12 de noviembre	Día de la pediatría peruana
12 de noviembre	Día mundial contra la neumonía
14 de noviembre	Día mundial de lucha contra la diabetes
17 de noviembre	Día del niño prematuro
19 de noviembre	Día del Hombre



PLAN ANUAL DE TRABAJO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DEL HOSPITAL DE EMERGENCIAS DE VILLA EL SALVADOR

20 de noviembre	Día de la enfermedad pulmonar obstructiva (EPOC)
20 de noviembre	Día del psiquiatra
24 de noviembre	Aniversario del Servicio de Atención Móvil de Urgencia - SAMU
28 de noviembre	Día del médico internista
DICIEMBRE	
01 de diciembre	Día mundial contra el VIH
02 de diciembre	Aniversario de la Organización Panamericana de la Salud - OPS
02 de diciembre	Aniversario de la UCE (HEVES)
03 de diciembre	Día internacional de las personas con discapacidad
04 de diciembre	Aniversario del Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas - INEN
04 de diciembre	Día del odontólogo peruano
06 de diciembre	Aniversario de la Superintendencia Nacional de Salud - SUSALUD
09 de diciembre	Día del oftalmólogo
10 de diciembre	Aniversario del Hospital Nacional Arzobispo Loayza
11 diciembre	Día del sistema de gestión de recursos humanos
12 de diciembre	Día internacional de la cobertura sanitaria universal
13 de diciembre	Día del oftalmólogo peruano
14 de diciembre	Día nacional del otorrinolaringólogo
24 de noviembre	Noche buena
25 de diciembre	Navidad
28 de diciembre	Aniversario de la Municipalidad de Villa María del Triunfo
31 de diciembre	Año nuevo

