



PLAN DE COMUNICACIÓN CENTRO MÉDICO BELÉN

INTRODUCCIÓN

En un entorno de salud en constante evolución, la comunicación efectiva se ha convertido en un pilar fundamental para garantizar el éxito organizacional. El "Centro Médico Belén" en Manizales reconoce la importancia de implementar un Plan de Comunicaciones integral que permita fortalecer su imagen, mejorar la relación con sus grupos de interés y garantizar la difusión de sus servicios de calidad. Este documento presenta una estrategia estructurada para optimizar la comunicación interna y externa, alineada con los valores y la visión de la institución, con el objetivo de consolidarse como un referente en atención médica en la región.

1. JUSTIFICACIÓN

El Centro Médico Belén de Manizales pretende mejorar su imagen e intimidad con sus pacientes, colaboradores y la ciudadanía a través de Plan de Comunicación Integral (PCI). Implícitamente, la vinculación de la institución a la divulgación de los beneficios de los servicios socializados bajo el lema "Cuidamos tu Bienestar".

2. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

Desarrollar un plan de comunicación que fortalezca la imagen corporativa del "Centro Médico Belén", promoviendo sus servicios de calidad y consolidando la relación con sus grupos de interés.

2.2 ESPECÍFICOS

- Diseñar estrategias de comunicación interna y externa que optimicen el flujo de información.
- Posicionar la IPS como líder en atención médica en Manizales.
- Mejorar la relación con pacientes, colaboradores y aliados estratégicos.
- Fomentar la cultura organizacional basada en valores corporativos.

3. RESEÑA HISTÓRICA DEL CENTRO MÉDICO BELÉN

El Centro Médico Belén fue fundado en el año 2021 con la misión de ofrecer servicios médicos especializados en medicina laboral y diagnóstico clínico, dirigidos a las empresas y trabajadores de la región. Desde sus inicios, la institución ha mantenido un firme compromiso con la salud ocupacional, enfocándose en la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades relacionadas con el entorno laboral.

Con el paso de los años, el Centro Médico Belén ha logrado consolidarse como un referente en el ámbito de la salud ocupacional, destacándose por su profesionalismo, experiencia y capacidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de la medicina laboral. Su equipo de profesionales y sus instalaciones han permitido ofrecer un servicio de calidad, centrado en la atención integral de los trabajadores.

A lo largo de su historia, el Centro Médico Belén ha establecido importantes alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas, lo que ha contribuido al crecimiento y expansión de la institución. Asimismo, ha estado en constante evolución, implementando nuevas tecnologías y procesos innovadores para garantizar la mejora continua en sus servicios.

Hoy en día, el Centro Médico Belén continúa con su compromiso con la calidad y el bienestar de los trabajadores, y proyectándose hacia el futuro con la visión de ser un referente en el cuidado de la salud ocupacional.

4. PLATAFORMA ESTRATÉGICA

4.1 MISIÓN

El Centro Médico Belén es una empresa privada especializada en medicina laboral y diagnóstico clínico, dedicada a aplicar y evaluar programas para el cuidado de los colaboradores. Nuestra misión es ofrecer servicios de salud de calidad, enfocados a contribuir al bienestar de nuestros usuarios, asegurando la prevención, diagnóstico y tratamiento oportuno, y promoviendo un ambiente seguro y saludable para los trabajadores de la región.

4.2 VISIÓN

Para el año 2030, el Centro Médico Belén aspira a consolidarse como líder en el mercado de medicina laboral y diagnóstico clínico, tanto para empresas públicas como privadas. Nos destacaremos por nuestra actitud profesional, calidad en el servicio y amplia experiencia, así como por nuestra capacidad de adaptarnos y cumplir con las normativas legales vigentes. Continuaremos fortaleciendo nuestro equipo de profesionales y nuestras alianzas estratégicas, con el compromiso de mantener y superar los más altos estándares de calidad en todos nuestros servicios.

4.3 VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS

- **COMPROMISO:** Identificarnos con la IPS Centro Médico Belén, dando un mejor servicio y cumplimiento con buena actitud los deberes del cargo.
- **SERVICIO:** Entregar lo mejor de cada uno de nosotros para colaborarle a los demás y hacer correcta y oportunamente cada actividad.
- **RESPETO:** Por sí mismo, por sus colegas, usuarios y demás personas.
- **RESPONSABILIDAD:** Desarrollar con efectividad y compromiso las labores asignadas por la empresa.

4.4 PORTAFOLIO DE SERVICIOS

En el Centro Médico Belén, nos dedicamos a ofrecer servicios de salud de calidad, enfocados en el bienestar de los colaboradores de las empresas y en la promoción de ambientes laborales saludables. Para ello, trabajamos bajo un marco de excelencia, profesionalismo y respeto por las normativas legales vigentes, buscando siempre la mejora continua de nuestros procesos por eso contamos con este portafolio de servicios:

- **MEDICINA LABORAL O OCUPACIONAL:**

En Centro Médico Belén, contamos con profesionales de alta calidad para brindarles apoyo a los pacientes derivada del trabajo, tanto la directa por exposición como por factores de riesgos concretos, como la derivada de la organización del trabajo y otros factores de riesgo que se produzcan en la interacción del trabajo y la persona.

- **VISIOMETRIA:**

Es una evaluación tamiz utilizada para valorar la capacidad visual del individuo, que ayuda a la detección de los problemas visuales asociados a la edad u otros factores, dicha evaluación incluye la capacidad de visión a distancia y de cerca.

- **AUDIOMETRIA:**

Es un examen que evalúa su capacidad para escuchar sonidos. Los sonidos varían de acuerdo con el volumen o fuerza (intensidad) y con la velocidad de vibración de las ondas sonoras (tono). La audición se produce cuando las ondas sonoras estimulan los nervios del oído interno.

- **LABORATORIO CLINICO:**

En Centro Médico Belén, contamos con todos los estándares de calidad, protocolo de bioseguridad tanto del paciente como del colaborador, para así brindarle al usuario un excelente servicio.

5. MAPA DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN DE LA IPS

5.1. Entrada: Necesidades de Comunicación

- Identificación de necesidades comunicacionales (internas y externas).
- Recopilación de información clave sobre servicios, cambios y novedades.
- Priorización de mensajes según impacto y urgencia.

5.2. Procesos Estratégicos

- Planificación: Diseño de estrategias de comunicación alineadas con los objetivos de la IPS.
- Segmentación del Público: Definición de audiencias internas (colaboradores, administrativos) y externas (pacientes, comunidad, aliados estratégicos).
- Definición de Canales: Elección de medios de comunicación (redes sociales, intranet, boletines, carteleras, reuniones, medios tradicionales).

- Elaboración de Contenido: Creación de mensajes claros, concisos y alineados con la identidad de la IPS.

5.3. Procesos Operativos

- Difusión de la Información: Publicación y distribución a través de los canales seleccionados.
- Monitoreo y Retroalimentación: Evaluación del impacto y recepción del mensaje (encuestas, interacciones en redes, reportes de atención).
- Ajuste y Mejora Continua: Modificación de estrategias en función de resultados y retroalimentación recibida.

5.4. Salida: Comunicación Efectiva

- Mayor posicionamiento y visibilidad de la IPS.
- Mejor flujo de información interna y externa.
- Incremento en la satisfacción y fidelización de pacientes y colaboradores.

Mapa de Procesos de Comunicación Centro Médico Belén



6. CANALES DE COMUNICACIÓN

6.1 INTERNOS

- Intranet corporativa.
- Correos electrónicos.
- Carteleras informativas.
- Reuniones estratégicas y operativas.
- Capacitaciones y encuestas de clima organizacional.

6.2 EXTERNOS

- Redes sociales (Facebook, Instagram, WhatsApp, LinkedIn).
- Página web.
- Boletines informativos.
- Medios de comunicación (prensa, radio, TV).
- Señalización y material impreso.

7. ACCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA

7.1 COMUNICACIÓN ASCENDENTE

- Encuestas de satisfacción laboral.
- Buzón de sugerencias y reuniones participativas.
- Canales digitales para retroalimentación de colaboradores.

7.2 COMUNICACIÓN DESCENDENTE

- Boletines internos y correos informativos.
- Capacitaciones y charlas institucionales.
- Uso de carteleras y redes sociales internas.

8. PLAN DE COMUNICACIONES INTRAINSTITUCIONAL

Estrategias para mejorar el flujo de información dentro de la IPS.

8.1 ESTRATEGIAS GENERALES DE FORTALECIMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA

- Implementación de reuniones periódicas con cada área.
- Desarrollo de actividades de integración y bienestar laboral.
- Creación de un canal de comunicación digital interno.

9. ESTRATEGIAS GENERALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

- Fortalecimiento de la presencia en redes sociales y medios digitales.
- Alianzas estratégicas con medios de comunicación locales.
- Estrategias de publicidad en medios tradicionales y digitales.

- Campañas de sensibilización sobre prevención y cuidado de la salud.

10. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

- Definir tiempos para la implementación de cada estrategia.
- Asignación de responsables y recursos.

11. INDICADORES DE EVALUACIÓN

- Encuestas de satisfacción del personal y pacientes.
- Análisis de interacción en redes sociales.
- Evaluación de reducción de quejas.

12. PRESUPUESTO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Asignación de recursos económicos, tecnológicos y humanos.

13. MATRIZ DE COMUNICACIÓN

Tabla 13.1

Estrategia	Objetivo	Público Objetivo	Canales	Responsables	Indicadores
Comunicación Interna	Mejorar el flujo de información interna y la cultura organizacional	Colaboradores	Boletines, reuniones, intranet	Gerencia, RRHH	Encuestas de satisfacción, participación en actividades
Comunicación Externa	Fortalecer la imagen del centro médico y atraer nuevos pacientes	Comunidad, pacientes potenciales	Redes sociales, medios tradicionales, eventos de salud	Departamento de Comunicaciones	Alcance en redes, consultas y solicitudes recibidas
Relacionamiento con Medios	Aumentar la visibilidad en medios locales	Medios de comunicación	Comunicados de prensa, entrevistas	Relaciones Públicas	Publicaciones en medios, entrevistas realizadas

Campañas de Sensibilización	Promover la prevención y el autocuidado	Población en general	Charlas, talleres, publicidad digital	Equipo médico y de comunicación	Asistencia a eventos, impacto de campañas

14. CONCLUSIONES

Este plan de comunicación proporcionará una base sólida para el posicionamiento del "Centro Médico Belén" en Manizales, promoviendo la eficiencia en la comunicación interna y externa, el fortalecimiento de la cultura organizacional y una mayor cercanía con la comunidad.