

PLAN DE COMUNICACIONES SUBSISTEMA DE SALUD DE LAS FUERZAS MILITARES 2015 - 2018





PRESENTACIÓN

Este plan estratégico para el Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares pretende fortalecer la gestión de la comunicación, teniendo presente que la finalidad, más allá de divulgar hechos, es la consolidación de vínculos de credibilidad y confianza con todos los públicos de interés.

Buscando el cumplimiento de este plan estratégico, se pretende dar a conocer las acciones y de forma coordinada la materialización de los objetivos misionales, resaltando la transversalidad del proceso que desarrolla el Área de comunicaciones perteneciente al Grupo de Planeación y Desarrollo Institucional.

Es importante destacar la relevancia de la estructuración de los procesos de comunicación interna y externa que permitan generar interacción y fluidez en la información corporativa, identidad y dinamismo en la actividad diaria de los funcionarios de la Entidad.

La comunicación en el SSFM tendrá un enfoque integral que articule todas las áreas de trabajo para generar una cultura de información oportuna, eficiente y efectiva, tanto interna como externa.

Con la implementación de las estrategias de comunicación, se busca consolidar, el empoderamiento de los funcionarios, comunidad usuaria y partes interesadas que genere comportamientos de compromiso individual y colectivo para avanzar en el posicionamiento de la entidad, ante el cliente interno y externo.





Marco Conceptual

Contenido

MARCO CONCEPTUAL5

 POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL (MDN).....5

 EJES FUNDAMENTALES DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL MDN5

 EJES TRANSVERSALES.....6

ALCANCE.....8

OBJETIVO GENERAL.....8

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....8

DIAGNÓSTICO.....8

MATRIZ GENERAL DEL PLAN DE COMUNICACIONES.....9

POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL MINISTERIO DE DEFENSA NACIONAL (MDN)

Permite identificar los puntos base para la consolidación y aplicación de estándares de comunicación para las entidades pertenecientes y adscritas al Sector Defensa.

Se integra la comunicación del sector y tiene como objetivo consolidar la imagen y aumentar la credibilidad y confianza de la información hacia los usuarios, Fortalecer los medios de comunicación para facilitar la interacción entre las áreas responsables de la comunicación y así posicionar la comunicación como un eje de gestión transversal que posibilita tener la información oportuna y eficaz.

EJES FUNDAMENTALES DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL MDN

1. Relaciones estratégicas

Busca fortalecer las relaciones entre entidades, ayudando a crear aliados estratégicos resaltando las relaciones de respeto, corresponsabilidad y confianza.

Cumpliendo con los criterios del eje:

- Relaciones entre el Sector Defensa
- Relaciones interinstitucionales y gobierno
- Relaciones internacionales
- Relaciones con medios de comunicación

2. Desarrollo Institucional

Se fundamenta en la comunicación como eje fundamental para la integración como desarrollo institucional para mitigar o minimizar los impactos a la credibilidad y confianza de la institución.





Cumpliendo con los criterios del eje:

- Cultura institucional
- Comunicación interna
- Gestión de contingencias

3. Vínculos con la sociedad

Se trata de enmarcar y mantener procesos de prevención para mitigar el impacto de conflictos en la comunidad y manejo de problemáticas, creando relaciones de corresponsabilidad.

Cumpliendo con los criterios del eje:

- Gestión informativa
- Gestión de actitudes y opinión
- Gestión de comportamientos

EJES TRANSVERSALES

Para fortalecer los objetivos y las estrategias de imagen de la entidad, se debe contar con dos puntos importantes como entidad y como Sector Defensa, cumpliendo con la apertura de canales de divulgación y aplicaciones de estrategias de gobierno para estar en la vanguardia de información y tecnología:

1. Red de medios y espacios

Crear red de medios de información y espacios de participación, para operacionalizar estrategias de comunicación que se formulen de forma individual y de conjunto.

Abarcando las categorías de:

- Identidad visual
- Medios digitales
- Medios audiovisuales
- Medios impresos
- Medios radiofónicos
- Espacios de participación

2. Gobierno en línea

El Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares, acoge los lineamientos emitidos por Gobierno en Línea en el manual que se encuentre vigente para este periodo, para aumentar la participación y la interactividad con los usuarios del Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares y estar a la vanguardia en la tecnología y los nuevos procesos de participación Integrado al Sector Defensa para el beneficios de toda la comunidad de interés.





Alcance

Este plan se implementará en el Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares, siguiendo los parámetros de la Política de Comunicaciones del Ministerio de Defensa Nacional.

Objetivo general

Posicionar la comunicación del Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares como proceso estratégico transversal a la entidad con prácticas informativas buscando el cumplimiento de principios de fidelización, transparencia y participación

Objetivos específicos

Articular y unir esfuerzos entre las áreas responsables de la información en el Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares para fortalecer la gestión de la comunicación hacia el usuario interno externo

Definir las directrices y estrategias que permitan materializar las políticas de comunicación interna y externa, para generar cultura, confiabilidad y reconocimiento en los usuarios

Hacer de los medios de comunicación, herramientas amigables para facilitar la información a la comunidad usuaria en términos de calidad, oportunidad y confiabilidad.

Diagnóstico

Fortalezas:

- Cuenta con un equipo de trabajo calificado
- Aumento de canales de participación en la DGSM

Oportunidades:

- Interacción con los medios de comunicación de los comandos de las fuerzas
- Mecanismos de participación social (comunitaria y ciudadana)
- Nuevos canales de comunicación digital

Debilidades:

- Manejo fragmentado de la información
- Procesos de cambio sin estrategia comunicacional
- Desarticulación de las acciones comunicacionales
- Falta integridad en el manejo de la imagen
- Información en el momento oportuno

Amenazas:

- Desconocimiento de los campos de acción
- Mal manejo de la información
- Falta de difusión de todos los programas de la entidad



MATRIZ GENERAL DEL PLAN DE COMUNICACIONES				
OBJETIVOS POLÍTICA MINDEFENSA	POLÍTICAS MINDEFENSA	POLÍTICA SSFM	OBJETIVOS SSFM	METAS SSFM
Posicionar la comunicación en las Instituciones y Empresas del Sector Defensa como el eje de gestión que posibilita la consolidación de credibilidad y confianza al interior y exterior de las mismas, a través de colocar en la agenda del mando y de los equipos directivos la comunicación como factor crítico de éxito para lograr sus objetivos; implementar metodologías de planeación y ejecución de estrategias de comunicación; fortalecer y especializar el talento humano que conforman las áreas responsables de la comunicación; y motivar a brindar los recursos técnicos, tecnológicos y de infraestructura para que la labor comunicacional en el Sector se consolide.	Relaciones Estratégicas	Replicadores de información	Fortalecer el trabajo en equipo para consolidar y replicar la información de forma veraz y oportuna para el posicionamiento de la imagen institucional.	Informar a todos los grupos de interés en el transcurso de este cuatrienio la gestión, novedades y estrategias de humanización y comunicación de la DGSM para el mejoramiento de los servicios
Consolidar las plataformas de medios internos y externos en las Instituciones y Empresas del Sector Defensa para articular y construir una red de medios de información y espacios de participación que potencialice los planes, programas y estrategias de comunicación de cada organización y del Sector en su conjunto.			Interacción con medios de comunicación	Promover la utilización de las nuevas herramientas de comunicación social vinculadas para aumentar la cobertura de la información.

MATRIZ GENERAL DEL PLAN DE COMUNICACIONES				
OBJETIVOS POLÍTICA MINDEFENSA	POLÍTICAS MINDEFENSA	POLÍTICA SSFM	OBJETIVOS SSFM	METAS SSFM
Aportar al desarrollo institucional de las Instituciones y Empresas del Sector Defensa a través de la gestión comunicacional para la apropiación de los valores transversales que deben guiar el comportamiento de todos los integrantes del Sector	Desarrollo Institucional	Replicadores de información	Fomentar la corresponsabilidad participativa en el manejo de la información para generar un impacto favorable a los usuarios	Mejorar las comunicaciones generando compromiso entre todas las áreas
Articular y unir esfuerzos entre las áreas responsables de la gestión de la comunicación en las Instituciones y Empresas del Sector Defensa, para fortalecer la percepción y el conocimiento que la sociedad tiene de la labor que realiza el Sector y así incrementar el valor que la comunidad le otorga a la gestión que se realiza en la consolidación de la seguridad del país.				
Fortalecer las relaciones estratégicas entre las Instituciones y Empresas del Sector Defensa, así como el trabajo con otras instituciones, con el Gobierno y con otros países, para afianzar la corresponsabilidad en la consolidación de la seguridad del país		Publicación Oportuna	Afianzar las relaciones con otras instituciones para el fortalecimiento del trabajo de equipo para cumplir las políticas de transparencia de la información .	Mantener actualizados todos los medios institucionales del SSFM apoyados con los grupos de atención directa al usuario





MATRIZ GENERAL DEL PLAN DE COMUNICACIONES

OBJETIVOS POLÍTICA MINDEFENSA	POLÍTICAS MINDEFENSA	POLÍTICA SSFM	OBJETIVOS SSFM	METAS SSFM
Fortalecer los vínculos con la comunidad para incrementar la credibilidad y confianza que permita a las Instituciones y Empresas del Sector tener una mejor interacción con sus públicos de interés. A través de procesos de conocimiento, acercamiento y relacionamiento donde se gestione la información de forma permanente, transparente y oportuna; se movilicen actitudes de apoyo y respaldo en la comunidad; y se logren comportamientos en la sociedad que permitan desarrollar las políticas de defensa y seguridad	Vínculos con la sociedad	Participación ciudadana	Consolidar una imagen de calidad en el entorno	Socializaciones directas al usuario en asociaciones, veedurías y ESM a nivel nacional.
Consolidar la reputación, es decir, la credibilidad y confianza del Sector Defensa, a través de la gestión sistémica y en red de la comunicación en todas las Instituciones y Empresas que conforman el Sector.		Aplicar manual de Gobierno en línea para el 2015-2018	Aplicar componentes del manual según el trabajo conjunto del sector defensa	Presentar informes trimestrales de avance de cumplimiento según las actividades estipuladas por Gobierno en línea.

