




PLAN DE COMUNICACIONES

V1


Elaboró:	Revisó:	Aprobó:
Carlos Córdoba	Heidy Mabel Burbano Valdés / Anggie Paola Eraso Castillo	Liliana Patricia Ortega Molina
Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones	Coordinadora de Gestión de Calidad / Coordinadora de Atención al Usuario	Gerente
30/09/2023	04/10/2023	05/10/2023

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

CONTENIDO

1.	INTRODUCCION	3
2.	OBJETIVOS	3
2.1	OBJETIVO GENERAL	3
2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
3.	ALCANCE	3
4.	CONTEXTO INSTITUCIONAL	3
4.1.	MISIÓN	3
4.2.	VISIÓN	4
4.3.	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	4
4.4.	PRINCIPIOS	4
4.5.	VALORES.....	4
5.	LINEAMIENTOS CONCEPTUALES Y METODOLOGICOS	5
5.1.	COMUNICACION	5
5.2.	COMUNICACION ORGANIZACIONAL.....	5
5.3.	CULTURA ORGANIZACIONAL	5
5.4.	COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA	5
5.5.	COMUNICACION FORMAL	6
5.6.	CANAL DE COMUNICACION	6
6.	METODOLOGIA.....	6
7.	DESARROLLO ESTRATEGICO PARA LA COMUNICACION EN UNILAB S.A.S.	6
7.1.	CANALES DE COMUNICACION	6
7.2.	MEDIOS DE COMUNICACION UNILAB S.A.S.....	7
7.2.1.	SITIOS WEB	7
7.2.2.	MEDIOS FISICOS (MODALIDAD PRESENCIAL)	8

Documento del sistema integrado de gestión, su impresión o copia no autorizadas se considera "No controlado", por lo tanto, debe asegurarse que utiliza la última versión aprobada según el listado maestro de documentos del área de calidad.

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

8. EVALUACION8

1. INTRODUCCION

El Plan Institucional de Comunicaciones implementado por UNILAB Laboratorio Clínico y Citológico SAS para el año 2023, permite a los trabajadores de la Empresa, definir las estrategias y herramientas de comunicación interna y externa para el cumplimiento de los objetivos estratégicos empresariales.

Este plan de comunicaciones pretende generar impacto tanto en las áreas que corresponden a la institución, como también en los usuarios, ya que las diferentes herramientas de comunicación tanto tradicionales como tecnológicas, llegarán al alcance de los usuarios con el principal propósito de que la información estratégica generada por la Empresa sea del interés del público receptor, y de esta manera lograr proyectar el posicionamiento de UNILAB.

A nivel interno, este plan de comunicaciones será constituido como un beneficio para el trabajo con calidad y oportunidad, puesto que la empresa desea proyectar de manera constante, su identidad empresarial y su imagen corporativa.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer el plan de comunicaciones para UNILAB Laboratorio Clínico y Citológico S.A.S., como respuesta a las necesidades de comunicación identificadas en los procesos de la institución a nivel interno y externo, para contribuir al logro de los objetivos empresariales.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Proyectar la imagen de UNILAB S.A.S. a través de publicaciones que den cuenta de los beneficios, y servicios que presta.
- ✓ Identificar los diferentes mecanismos de divulgación y promoción, para dar a conocer a los usuarios, las familias y la comunidad, los avances y mejora del laboratorio con respecto de los servicios, la calidad y oportunidad de la atención en salud.
- ✓ Incrementar el sentido de pertenencia por parte de los colaboradores hacia la Empresa, direccionando las acciones de comunicación al cumplimiento de las metas asociadas a cada proceso.


3. ALCANCE

Este plan de comunicaciones aplica para las sedes tanto del Departamento de Nariño como del Cauca, desde su programación, ejecución y evaluación.

4. CONTEXTO INSTITUCIONAL

4.1. MISIÓN

Somos una Institución que presta servicios de salud ambulatorios y de apoyo diagnóstico con presencia en los Departamentos de Nariño y Cauca, contamos con Talento Humano competente y con un alto

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

desarrollo tecnológico que permite una atención pertinente y segura; con resultados confiables y oportunos para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios.

4.2. VISIÓN

UNILAB, para el año 2026, se consolidará como institución segura y con altos estándares de calidad, referente en Nariño y Cauca, generando alianzas estratégicas con las instituciones de salud del territorio, con tecnología a la vanguardia de los avances médicos y mayor cobertura, que permita estar en la preferencia de sus usuarios

4.3. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- ✓ Generar procesos de formación y capacitación para fortalecer competencias y habilidades del personal orientadas a una atención humanizada y segura.
- ✓ Desarrollar cultura de la calidad y de la seguridad en el marco de la humanización de los servicios de salud.
- ✓ Implementar un Sistema de Gestión que permita la mejora continua de los procesos y la satisfacción de los usuarios.
- ✓ Lograr la autosostenibilidad financiera por incremento en ventas de servicios de salud y recaudo efectivo.

4.4. PRINCIPIOS

- ✓ Respeto por la dignidad humana
- ✓ Enfoque de desarrollo y de calidad
- ✓ Protección a la vida
- ✓ Apego a la verdad

4.5. VALORES


RESPECTO: Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

HONESTIDAD: Actúo siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

PROACTIVIDAD (DILIGENCIA): Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de recursos de la empresa.

CONFIDENCIALIDAD: Uso de manera reservada la información de mi Empresa, usuarios, compañeros de trabajo, garantizando que ésta no sea divulgada de manera inadecuada y sin las autorizaciones o consentimientos para la misma.

COMPROMISO: Soy consciente de la importancia de mi rol en UNILAB y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejora en su bienestar.

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

LEALTAD: Actúo con gratitud hacia la empresa, valorando el esfuerzo que hacen para mantener mi puesto de trabajo y los recursos que necesito.

5. LINEAMIENTOS CONCEPTUALES Y METODOLOGICOS

5.1. COMUNICACION

EL término comunicación es la acción de interactuar, compartir, dialogar, relacionarnos con otros seres humanos. Según B.F. también se entiende como “todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal interindividual o intergrupal”. Las personas tienen la necesidad de comunicar, en cualquier tipo de medio, ámbito y momentos de sus vidas; el ser humano vive en una actividad constante de comunicación, gracias a la comunicación se puede conocer, comentar todo lo que nos rodea, desde lo más simple a lo más complejo”. (Lomonósov El problema de la comunicación en psicología, 2006, p.89)

5.2. COMUNICACION ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de sus grupos de interés

Comunicación Interna: cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos y demás colaboradores). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.


Comunicación Externa: cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

5.3. CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura organizacional es el patrón de comportamiento general, las creencias compartidas y valores comunes de los colaboradores de la entidad. Implica el aprendizaje y la transmisión de conocimientos, creencias y patrones de comportamiento a lo largo de cierto período. Con el tiempo la cultura organizacional llega a ser conocida por los diferentes grupos de interés, la cultura se perpetúa entonces, porque la organización tiende a atraer y conservar a individuos que parecen aceptar sus valores y creencias, generando un adecuado ambiente de trabajo.

5.4. COMUNICACION INTERNA Y EXTERNA

La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna. Entre ellas además debe existir una alta integración. Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados,

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización.

5.5. COMUNICACION FORMAL

Es la que se da a través de las fuentes y/o los canales oficiales de la organización (Andrade, 2005).
Comunicación informal: es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales. Generalmente se da de boca en boca y se le suele conocer como "radio pasillo", término que resulta muy gráfico para entender su naturaleza (Andrade, 2005).

5.6. CANAL DE COMUNICACION

La información se transmite a través de un canal que vincula al emisor con el receptor. El mensaje puede ser verbal, visual - no verbal- o escrito y se puede transmitir a través de una carta, un correo electrónico, el teléfono, un telegrama o a través de los medios de comunicación. Para lograr una comunicación eficaz es necesario saber seleccionar el canal de transmisión (Banco de la República, 2015).

6. METODOLOGIA

El desarrollo de la comunicación puede entenderse como un ciclo que inicia en la identificación de la necesidad a comunicar, seguido de realizar la planeación que contribuye al cumplimiento de los objetivos, contenidos, y logística física y tecnológica, para dar paso a la ejecución o implementación de los programas.

La metodología de desarrollo del plan cuenta con acciones físicas, digitales y según las condiciones que exija la información que se necesite dar a conocer.

Este ciclo, cierra en la satisfacción de las necesidades de información de las poblaciones objeto tanto internas como externas.


7. DESARROLLO ESTRATEGICO PARA LA COMUNICACION EN UNILAB S.A.S.

7.1. CANALES DE COMUNICACION

Un canal de comunicación es el medio que se utiliza para transmitir un mensaje, el camino o instrumento por donde este viaja; vincula cuatro elementos principales:

- Una fuente que los usa para enviar un mensaje a un destinatario que lo usa.
- Un mensaje que es enviado a través de él.
- Un destinatario que lo utiliza para recibir un mensaje que le fue enviado.
- Una reacción del receptor o comunicación de retorno, denominada retroalimentación. (Fernández, 2002, p. 191)

En UNILAB S.A.S. los medios de comunicación más usados son: teléfonos celulares, correo electrónico, redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram), página web y comunicaciones escritas (Circulares, carteleras informativas para usuarios, volantes, folletos, actas, boletines, manuales, guías, protocolos), reuniones y comités, capacitaciones al talento humano y a usuarios del laboratorio y la IPS. Estos pueden utilizarse para comunicarse en forma individual o grupal con

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

un propósito personal, específico y momentáneo, directamente relacionado con los objetivos del programa.

7.2. MEDIOS DE COMUNICACION UNILAB S.A.S.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, UNILAB S.A.S., con el fin de promover la comunicación interna y externa contempla los siguientes medios informativos, los cuales están articulados con el fin de unificar la información y favorecer su difusión y apropiación por parte del público objetivo:

7.2.1. SITIOS WEB

7.2.1.1. *PAGINA WEB*: ingresando desde dispositivos con acceso a internet al enlace www.unilabsas.com, colaboradores, usuarios y público en general, pueden acceder a información de interés de las diferentes áreas de la institución.

7.2.1.2. *REDES SOCIALES*: UNILAB S.A.S. a través de sus redes sociales, colaboradores, usuarios y público en general, pueden estar informados sobre los temas de educación, campañas, información de interés en el ámbito de salud, además cuentan con la posibilidad de difundir información de entes territoriales y nacionales.

UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO S.A.S. cuenta con las siguientes redes sociales:

FACEBOOK: <https://www.facebook.com/UNILABIPS1/>


INSTAGRAM: https://www.instagram.com/laboratorio_clinico_unilab/

TIKTOK: <https://www.tiktok.com/@laboratoriounilabsas>

7.2.1.3. *CORREOS INSTITUCIONALES*: Estos correos institucionales se emplean con el fin de recibir información de público externo que desee contactarse con la IPS.

BUZÓN PARA INFORMACIÓN OFICIAL	Canal para atención de requerimientos de IPS, EPS, Entidades Territoriales, procesos de contratación y otros.	laboratorioclinicocitologico@unilabsas.com
BUZÓN PARA SOLICITUDES DE USUARIOS Y ATENCIÓN AL PÚBLICO	Canal para atención a solicitudes de usuarios y atención al público en general.	atencionalusuario.unilab@gmail.com

7.2.1.4. *WHATSAPP*: Mediante esta aplicación se posibilita la trasmisión de información tanto interna, como hacia los usuarios y recepción de información por parte de los usuarios (Dudas, inquietudes,

	UNILAB LABORATORIO CLINICO Y CITOLOGICO SAS	Cód. GMC-PL001
	PLAN DE COMUNICACIONES	Vigencia: 05/10/2023
	PROCESO: GESTIÓN DE MERCADEO Y COMUNICACIONES	Versión: 1

envío de historia clínica, etc.). Así mismo, difusión de información de campañas, noticias y demás temas de interés, siendo publicados en los estados.

7.2.2. MEDIOS FISICOS (MODALIDAD PRESENCIAL)

7.2.2.1. CARTELERA INFORMATIVA: Esta cartelera se encuentra ubicada en las salas de espera de cada sede, donde se socializa información de la IPS, respecto a noticias de interés para los usuarios, horarios y líneas de atención, políticas, derechos y deberes de los usuarios e información de interés, así mismo, la información respecto a campañas distribuido en la sala de espera, para visualización de usuarios y personas que ingresen a la IPS.

7.2.2.2. TELEVISOR: Ubicados en la sala de espera de la IPS, su función es proyectar videos e información durante capacitaciones para usuarios o colaboradores, además se proyectan videos con información referente a recomendaciones en salud, derechos y deberes de los usuarios, participación social en salud, para que, durante su tiempo en la sala de espera, pueden visualizar dicha información.

7.2.2.3 FOLLETOS Y VOLANTES INFORMATIVOS: a través de este medio impreso, se transmite información a los usuarios, respecto a: Derechos y Deberes de los usuarios, (al ingreso de las instalaciones de la IPS), información sobre temas relacionados a seguridad del paciente y practicas seguras, (lavado de manos, uso de tapabocas, prevención de caídas entre otras).

7.2.2.4 CAPACITACION A USUARIOS Y TALENTO HUMANO DE UNILAB S.A.S: Mensualmente se realizan actividades de capacitación a usuarios y colaboradores por parte del equipo interdisciplinario, de acuerdo con el plan anual establecido, orientando a temas asociados a la normatividad vigente y temas según la necesidad establecida.

7.2.2.5 BUZÓN DE PETICIONES, QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES: por este medio los usuarios tienen derecho a expresar y aportar de diferentes formas sus observaciones para mejoramiento continuo de los procesos y servicios del laboratorio. Los medios dispuestos para esto son: por escrito, a través de la página web www.unilabsas.com correo electrónico, atencionalusuario.unilab@gmail.com, o formato de PQRSF para depositar en el buzón de sugerencias, instalado en la sala de espera de cada sede.

8. EVALUACION

Teniendo en cuenta el presente plan de capacitación, se establece que la evaluación se realizará a través de la verificación del cumplimiento de las actividades programadas.