Contenido

1. Objetivo 2
2. Marco Normativo 2
3. Descripción de la Política 2
4. Alcance 2
5. Implementación y Divulgación. 3
   5.1 Implementación 3
   5.2 Divulgación 5
6. Evaluación y Seguimiento 5
7. Control de Cambios 6

1. Objetivo

Posicionar la E.S.E Hospital San Vicente de Paúl de Caldas en cada uno de nuestros grupos de interés, fortaleciendo la imagen y la identidad a través de las comunicaciones internas y externas en términos de claridad, veracidad y oportunidad, desarrollando así una cultura de la comunicación como línea trasversal de la institución.

2. Marco Normativo

- Ley 1712 del 06 de marzo de 2014 por medio de la cual se crea la ley de transparencia y acceso a la información pública.
- Ley estatutaria 1757 del 6 de julio del 2015 por el cual se dictan disposiciones en materia de promoción y protección del derecho a la participación democrática.
- Decreto 2573 del 12 de diciembre de 2014 por el cual se establecen los lineamientos generales de la estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones.
- Acuerdo 381 del 30 de junio de 2009 por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente en documentos oficiales y eventos públicos.
- Ley 1474 de 2011 anticorrupción

3. Descripción de la Política

La E.S.E Hospital San Vicente de Paúl de Caldas se compromete a alinear la comunicación corporativa como eje transversal a la organización, aportando al cumplimiento de la plataforma estratégica y dando respuesta a las necesidades informativas de los grupos de interés, enmarcados en la transparencia, veracidad y oportunidad, contribuyendo así al fortalecimiento de la imagen y posicionamiento de la institución.

4. Alcance

La información contenida en esta política tiene alcance transversal a todos los procesos de la institución en todos sus niveles jerárquicos, dado que la información y la comunicación son dimensiones articuladoras.

5. Implementación y Divulgación.

5.1 Implementación

La gestión de la comunicación estará orientada al cumplimiento de la plataforma estratégica y los objetivos trazados por la alta gerencia, el desarrollo de dicha política estará guiada a través de los siguientes parámetros:

1. Definir y emitir mensajes que garanticen como mínimo los siguientes atributos:

- **Confiables:** Información veraz que permita que los públicos objetivos de la institución prefieran la comunicación oficial frente a los rumores de cuentas no oficiales.
- **Amigables:** que sean mensajes llamativos, que despierten interés hacía la lecturabilidad y consulta, los contenidos deberán ser llamativos y atractivos para el usuario.
- **Oportunos:** la información deberá ser entregada en el momento que se requiere (no extemporánea).
- **Útiles:** los mensajes deberán ser prácticos y de interés, que contribuya al cumplimiento de la estrategia.

2. Formulación del plan estratégico de comunicaciones donde se definen las estrategias y actividades que se implementarán en la institución durante la vigencia, dicho plan se deberá formular cada año.

3. Gestionar los canales de comunicación interna y externa que permitan que la información sea emitida de manera clara, breve y concisa a todos los niveles jerárquicos de la institución.

4. Gestionar, coordinar y socializar la información institucional bajo los principios de transparencia, oportunidad y calidad.

5. La información emitida a nivel interno y externo estará regida por la Política para el Tratamiento de la Información Personal y tendrá la confidencialidad y reserva exigida por la normatividad vigente.

6. Los comunicados oficiales siempre serán revisados, redactados, modificados y difundidos por el Profesional Universitario de Comunicaciones y serán firmados y aprobados únicamente por el Gerente de la institución.

7. La actualización de las carteleras físicas y digitales, avisos o señalización utilizados dentro de las instalaciones de la institución, serán elaborados de acuerdo con los parámetros establecidos por el proceso de comunicaciones.

8. Las subgerencias, direcciones y/o coordinaciones apoyarán al Proceso de Comunicación Pública para que sus equipos de trabajo no realicen señalizaciones a mano con lapicero, marcador o cualquier otro elemento de escritura, así mismo deberán cuidar que los espacios institucionales no presenten contaminación visual o auditiva, en caso de percibir alguna irregularidad deberán reportarlo al proceso de Comunicaciones.

9. Las subgerencias, direcciones y/o coordinaciones deberán enviar información de interés sobre sus procesos, con el fin de generar campañas de socialización, sensibilización y conocimiento a través de los canales internos de comunicación.

10. Gestionar, coordinar y administrar la información institucional con los medios masivos de comunicación, propendiendo el cuidado de la imagen y reputación del hospital.

11. Los voceros oficiales ante los medios de comunicación masivos son el Gerente y el Profesional Universitario de Comunicaciones quienes serán los responsables de brindar información y otorgar entrevistas, en caso dado que el Gerente delegue la vocería este siempre estará acompañado por el área de comunicaciones como encargada de la gestión y el primer contacto con medios masivos.

12. Producción de contenidos que permitan el fortalecimiento de las estrategias de información, educación y comunicación.

13. Contar con mecanismos establecidos para que la información llegue de forma oportuna y clara a los grupos de interés.

14. Cumplir con los lineamientos de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Publica establecidos en la estrategia de Gobierno Digital.

15. Realización de la Rendición de cuentas de manera oportuna, siguiendo los parámetros y directrices establecidas por la norma.

- **Canales Oficiales**

Comunicación Interna:

- ✓ Correo Electrónico Corporativo
- ✓ Cartelera física, habladores y rompe tráficos
- ✓ Perifoneo
- ✓ Circulares internas

Comunicación Externa:

- ✓ Pagina web
- ✓ Redes sociales oficiales
- ✓ Central telefónica
- ✓ Presencia en medios de comunicación masiva.
- ✓ Comunicados de prensa oficiales
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Carteleras digitales

5.2 Divulgación

La socialización de dicha política se realizará a través de los canales de comunicación interna a todos los servidores y contratistas que pertenecen a la institución dado que el proceso de comunicaciones es transversal.

6. Evaluación y Seguimiento

La Política de Comunicaciones de la E.S.E Hospital San Vicente de Paul de Caldas, contará con diferentes estrategias para realizar su medición y seguimientos, entre las cuales se encuentran:

- El indicador de Ejecución del plan de comunicación estratégica que se realiza de manera anual.
- Análisis de métricas de comunicación arrojadas por las redes sociales, el cual se consolida de manera trimestral.
- Autodiagnóstico anual del ITA para validar el % de cumplimiento de la ley 1712 del 2014.

- Informe de actualización y cambios en cuanto a imagen institucional y señalética el cual es medido de manera anual.
- Numero de salidas en medios de comunicación a través del Free press, el cual se mide con una periodicidad trimestral.
- Numero de videos producidos mensualmente.
- Encuestas de satisfacción realizadas en la audiencia pública de rendición de cuentas la cual se realiza de manera anual.

La medición del cumplimiento de la política a través de estas estrategias puede modificarse de acuerdo con la Planeación Institucional.

7. Control de Cambios

Versión	Descripción del cambio	Razón del cambio	Elaborado por	Revisado por	Aprobado por	Fecha
01	Creación del Documento		Profesional Universitario Comunicaciones	Gerente	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	03/10/2023