

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

DOCUMENTO CONTROLADO

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

 <p>E.S.E. Hospital Departamental <i>San Antonio de Padua</i> LA PLATA</p>	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Fecha: 10/08/2021 Código: MDE-GPDI-PG-PO-001 Versión: 03
	EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA LA PLATA HUILA PROCESO: GESTIÓN DE PLANEACIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO O DESARROLLO INSTITUCIONAL	
	Página No.	2 de 16

INTRODUCCIÓN

El concepto de comunicación ha sido para las empresas un punto neurálgico a tratar, dado que si bien, el personal y los directivos tienen claro que debe existir de una forma transversal una buena comunicación, esta no se da en la mayoría de los casos.

Si damos una definición a la comunicación podemos observar que en pocas palabras es el "proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir información"...., y hasta aquí la definición es entendida pero aún queda por complementar con otras palabras las cuales convierten esta definición en algo complejo, porque si bien en todo momento hay conexión, esta no se da con las características que debería ser, ya que se requiere que sea clara, precisa, oportuna, y llevarla al receptor de una forma adecuada.

Es por esto por lo que la **E.S.E HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA** define desde la Gerencia unos lineamientos con los cuales se pretende mejorar la comunicación a todo nivel.

La Gerencia está consciente de las dificultades que la comunicación representa y se compromete a través de esta política a definir e implementar acciones que conlleven a un clima laboral armonioso, a mantener a los usuarios y a la ciudadanía en general informados sobre las actividades desarrolladas en la institución.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

 <p>E.S.E. Hospital Departamental <i>San Antonio de Padua</i> LA PLATA</p>	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Fecha: 10/08/2021
	EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA LA PLATA HUILA PROCESO: GESTIÓN DE PLANEACIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO O DESARROLLO INSTITUCIONAL	Código: MDE-GPDI-PG-PO-001
		Versión: 03

Página No. 3 de 16

1. JUSTIFICACIÓN DE LA POLÍTICA

En la La E.S.E Hospital Departamental San Antonio de Padua de La Plata – Huila la comunicación es un proceso fundamental de carácter estratégico que orienta hacia el fortalecimiento de la identidad institucional, asegurando la transparencia y promoviendo el contacto permanente con los grupos de interés.

Por lo anterior se hace necesario la implementación de una política de comunicación encaminada al buen uso de la identidad institucional en todos sus niveles, propendiendo que esta comunicación fomente un ambiente de trabajo armonioso y una continua comunicación con nuestros usuarios generando de esta manera una información clara, precisa y oportuna.

2. SITUACIÓN DESEADA

Orientar el fortalecimiento de la identidad institucional y de la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad, con el fin de garantizar el logro de los propósitos misionales, la transparencia de la administración y de construir confianza en todos sus usuarios y/o clientes.

3. CONTEXTO DE LA POLÍTICA:

3.1. MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1991	ARTÍCULO 15. Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo, tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.
--	--

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

	<p>ARTICULO 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.</p> <p>ARTICULO 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.</p> <p>ARTICULO 73. La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.</p>
LEY 527 DE 1999	Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
ACUERDO NO. 060 (30 DE OCTUBRE DE 2001)	Por el cual se establecen pautas para la administración de las comunicaciones oficiales en las entidades públicas y las privadas que cumplen funciones públicas
LEY 872 DE 2003	Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios.
DECRETO 1599 DE 2005	Por el cual se adopta el Modelo Estándar de control interno MECI.
DECRETO 1151 DE 2008	"Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamenta

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

	parcialmente la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones"
<u>Ley 1341 de 2009</u>	"Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones"
<u>LEY 1273 DE 2009</u>	Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.
<u>DECRETO 235 DE 2010</u>	por el cual se regula el intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas
<u>LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012</u>	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
<u>Ley 1712 de 2014</u>	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.
<u>DECRETO 943 DE 2014</u>	Por el cual se actualiza el Modelo Estándar de Control Interno (MECI).
<u>DECRETO 2573 DEL 12 DE DICIEMBRE DE 2014</u>	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.
<u>DECRETO 103 DEL 20 DE ENERO DE 2015</u>	"Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones"

"Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso"

"Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua "Documento Controlado" Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital"

**RESOLUCIÓN 5095 DE
2018**

Por la cual se adopta el manual de acreditación en salud ambulatoria por la cual se adopta el manual de acreditación en salud ambulatorio, hospitalario de Colombia versión 3.1. Grupo de estándares de gerencia de la información: Estándar 147, estándar 149, estándar 154.

3.2 MARCO SITUACIONAL

La E.S.E Hospital Departamental San Antonio de Padua en coherencia con la del Gobierno Nacional, se compromete a que toda la comunicación que parte de ella sea clara, precisa y oportuna de tal manera que el receptor comprenda de manera rápida y eficiente el contenido de la misma.

3.3 MARCO CONCEPTUAL

Las entidades públicas están orientadas a prestar un servicio público y su legitimidad se sustenta, en la eficiencia y calidad con que prestan estos servicios y satisfacen las demandas de la comunidad, dentro de un marco de valores compartidos que promuevan los Derechos Humanos, el bien común y la dignidad de las personas.

4. TÉRMINOS Y DEFINICIONES:

¿QUÉ ES COMUNICACIÓN? Es la acción consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir información u opiniones distintas.

COMUNICACIÓN ASERTIVA: se basa en una actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás y consiste en expresar opiniones y valoraciones evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos. Esto implica que la comunicación asertiva es la vía adecuada para interactuar con las personas.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

 <p>E.S.E. Hospital Departamental San Antonio de Padua LA PLATA</p>	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Fecha: 10/08/2021 Código: MDE-GPDI-PG-PO-001 Versión: 03
	EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA LA PLATA HUILA PROCESO: GESTIÓN DE PLANEACIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO O DESARROLLO INSTITUCIONAL	
	Página No.	7 de 16

COMUNICACIÓN EFECTIVA: es una forma de comunicación, que logra que quien transmite el mensaje lo haga de modo claro y entendible para su interlocutor/es, sin que genere confusión, dudas o interpretaciones erróneas.

COMUNICACIÓN INTERNA: es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido.

COMUNICACIÓN EXTERNA: se define como el conjunto de acciones informativas que la empresa dirige a los actores y agentes exteriores a la misma, desde los consumidores y proveedores, hasta los inversores o la sociedad, con el objetivo de generar, mantener o reforzar las relaciones entre la compañía y los diferentes públicos.

5. MARCO GENERAL DE LA POLÍTICA

5.1. PROPÓSITO

La E.S.E Hospital Departamental San Antonio de Padua de la Plata – Huila se comprometen a garantizar una comunicación clara, oportuna y asertiva, cumpliendo con la normatividad vigente, garantizando un cambio de comportamiento cultural en la comunicación. Por consiguiente, a mantener una mejora continua en prevenir, mitigar, corregir y/o compensar los aspectos e impactos que puedan surgir de las comunicaciones internas y externas de la institución.

5.2. PRINCIPIOS

- **VERACIDAD:** Es el principio rector de la comunicación y la información, y de ser agenciada en todos los procesos y medios en los cuales ellas se representen.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

- **TRANSPARENCIA:** Entendida como la posibilidad de entender lo comunicado sin duda ni ambigüedad alguna. Alude a la claridad del mensaje.
- **PARTICIPACIÓN:** Un principio vital que proclama el derecho de todos y cada uno de los actores a expresarse con libertad en el marco del proceso comunicativo, y que debe garantizar igualmente su acceso a opiniones y aportes de forma personal y colectivo.
- **RESPECTO:** Entendido como factor coexistencia y requisito esencial para cualquiera proceso de interacción humana y no solo para la comunicación. Garantiza la libre expresión de ideas, la autonomía, siempre limitada por los derechos de cada actor social involucrado en el proceso y la observancia de las normas.
- **EQUIDAD:** Como principio de igualdad informativa, que la comunicación se administre democráticamente no como una forma de ejercer poder y control sobre los diferentes miembros de la institución.
- **RECIPROCIDAD:** Asumida como el derecho y el deber que tiene todo colaborador del hospital, en cualquier rol que desempeñe, de recibir respuesta adecuada a cualquier comunicación formal que envíe a sus jefes y compañeros.
- **APERTURA:** Accesibilidad, actitud abierta y receptividad frente a la comunicación propia y generada por otros.
- **PERSONAL:** Este principio es uno de los más importantes para entender la comunicación humana, ya que incide en la diferencia existente entre cada persona. Así, cada uno se comunica desde su propia mentalidad, valores, creencias e intereses.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

- **OMNIPRESENTE, INEVITABLE E IRREVERSIBLE:** Se considera omnipresente porque todo el mundo está continuamente comunicándose, no importa si lo hace conscientemente o de manera no verbal. En cada momento se está transmitiendo información. Igualmente, esto hace que sea inevitable. No es posible existir sin que se esté produciendo este proceso comunicativo. Por último, es también irreversible, ya que una vez que se produzca la comunicación no se puede retirar, sino que sus efectos permanecen para siempre.
- **PREDECIBLE:** Aunque en ocasiones es invisible, incluso para el propio emisor, la comunicación humana siempre tiene un propósito. En el momento en el que se interactúa, siempre se hace por algún motivo, ya sea conseguir algún beneficio, alguna amistad, solicitar algo, etc... Es por eso por lo que se dice que es predecible, ya que no existe la comunicación sin objetivos.
- **ES CONTINUA, DINAMICA, TRANSACCIONAL:** La comunicación nunca empieza de cero, sino que tiene unos antecedentes y, a la vez, servirá para la siguiente comunicación. Ese es el motivo por el que se considera que es continua. Precisamente esta continuidad también la convierte en dinámica, ya que está siempre funcionando y evolucionando, sin detenerse nunca. Para terminar, todo ese proceso continuo y dinámico hace que sea también transaccional, con todos los elementos presentes relacionados entre sí.
- **VERBAL Y NO VERBAL:** En muchas ocasiones solo prestamos atención a la comunicación verbal, esto es, a lo que decimos con palabras. Pero existen otras señales que ofrecen mucha información sobre nosotros, comunicando nuestro estado de ánimo o lo que queremos en cada momento. Se trata de la comunicación no verbal. Se puede dar a través de gestos, de la posición que adoptemos con nuestro cuerpo o, incluso, de la ropa que nos pongamos. Todo ofrece información que se da y se recibe inconscientemente.
- **CONTENIDO Y RELACIONES INTERPERSONALES:** Estos dos conceptos están totalmente relacionados. En resumen, el contenido de las

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

conversaciones está muy marcado por la relación que se tenga con los sujetos con los que se comunique. No será lo mismo lo que se habla con un amigo que con un desconocido, ni lo que se diga a un hijo que a una madre.

- **INTELIGIBILIDAD:** Este principio es otro de los más importantes a la hora de que la comunicación sea efectiva. De esta forma, todos los que participen en el proceso deben ser capaz de entenderse. Para ello necesitan compartir una serie de signos para que lo que se expresa llegue a cada parte. El ejemplo más claro es el idioma. Si no se entiende la lengua en la que el emisor está hablando, la comunicación no será efectiva. Otro ejemplo serían los signos que se realizan en algunos juegos de cartas para decirle al compañero que jugada se va a realizar. Es necesario que ambos conozcan el significado de esos signos, porque si no la comunicación se rompe.

6. LÍNEAS DE INTERVENCIÓN

- **COMUNICACIÓN ENTRE LA GERENCIA Y LOS COLABORADORES:**

La Gerencia convocará periódicamente a reuniones con los grupos de interés donde informará sobre diferentes aspectos tales como gestión gerencial, gestión administrativa, contratación, producción, cartera, ingresos, gastos, etc.

La gerencia permitirá el acceso permanente de los colaboradores a fin de escuchar sus inquietudes y recomendaciones para la toma de decisiones.

Los canales de comunicación como circulares, carteleras, reuniones, programas radiales, página web, Redes sociales, son de vital importancia para la coordinación entre los procesos, es por esto que serán incluidos en el plan de medios institucional.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

• **CANALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:**

Deberán ser operativos y mantenerse actualizados; los canales de comunicación institucionales se dividen en internos y externos, siendo así :

INTERNOS	EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none"> • Altavoz • Correo Electrónico Institucional • Carteleras • Rendición de cuentas • Página Web • Boletín virtual Institucional • Redes Sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Radio • Página Web • Redes Sociales • Correo electrónico • Rendición de cuentas

7.OBJETIVOS:

7.1 GENERAL

Establecer e implementar el plan de comunicaciones para la E.S.E. Hospital Departamental San Antonio de Padua 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 de la institución.

7.2 ESPECÍFICOS

Garantizar la socialización del Plan de Comunicaciones E.S.E. Hospital Departamental San Antonio de Padua para que funcione como un sistema, que permita integrar cada una de las áreas.

Potenciar la imagen de la organización con publicaciones que den cuenta de los beneficios, fortalezas y servicios que presta la entidad, como fuente de información para el personal externo e interno.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

 <p>E.S.E. Hospital Departamental <i>San Antonio de Padua</i> LA PLATA</p>	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Fecha: 10/08/2021 Código: MDE-GPDI-PG-001 Versión: 03
	EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA LA PLATA HUILA PROCESO: GESTIÓN DE PLANEACIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO O DESARROLLO INSTITUCIONAL	
		Página No. 12 de 16

Generar reconocimiento y confiabilidad en la información que se dará a conocer a funcionarios y usuarios, mediante todos los medios de comunicación.

Lograr un mayor sentido de pertenencia por parte de los colaboradores administrativos, asistenciales y territoriales hacia la E.S.E. dirigido al cumplimiento de las metas y la mejora de la imagen institucional.

Plantear un proceso de seguimiento y control a todas las actividades que se llevarán a cabo a lo largo del año en la comunicación.

8. ABORDAJE DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES

- **Riesgos:** información inadecuada, comunicación errónea, canales de comunicación en mal estado, sistemas de información desactualizados.
- **Oportunidades:** aplicación de la normatividad vigente, comunicación asertiva, participación oportuna de los involucrados, entrega de información oportuna y clara, usuarios bien informados, imagen institucional bien referenciada.

9. ESTRATEGIAS

- Mecanismos para identificar la información externa. (recepción de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, felicitaciones, buzones de sugerencias, encuestas de satisfacción, entre otras).
- La comunicación de información relacionada con programas, proyectos, obras, contratos y administración de los recursos.
- Estrategias de comunicación con los clientes internos y externos.
- Recursos disponibles para los usuarios y/o grupos de interés, por diferentes medios de acceso a la información.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

10. DEFINICIÓN DE ROLES Y RESPONSABILIDADES

Estrategia	Responsable(s)	Líder
Comunicación	Profesional de apoyo	Facilitador
Documentación	Profesional de apoyo	Facilitador

11. MECANISMOS DE SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

- **SEGUIMIENTO:** Implementación de una lista de chequeo y la elaboración del plan de medios institucional.
- **MEDICIÓN:** por medio de los indicadores mencionados en este documento en el punto 12.
- **ANÁLISIS:** Resultados de cada uno de los indicadores y la lista de chequeo, las cuales deben arrojar un porcentaje de cumplimiento. Con el fin de verificar la efectividad de la comunicación y la utilidad de los canales disponibles.
- **EVALUACIÓN:** se generará un informe que permitirá a los directivos y servidores detectar sus fortalezas, debilidades y procesos de mejora.

12. INDICADORES DE SEGUIMIENTO A LOS OBJETIVOS ESTABLECIDOS EN LA POLÍTICA

Para hacer seguimiento a los objetivos establecidos es adecuado implementar como indicador la capacitación al personal, usuarios y sus familias, se tendrán en cuenta para la evaluación y seguimiento los siguientes aspectos:

Indicador: Porcentaje de socialización del plan de comunicaciones institucional.

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

 <p>E.S.E. Hospital Departamental <i>San Antonio de Padua</i> LA PLATA</p>	POLÍTICA DE COMUNICACIÓN	Fecha: 10/08/2021
	EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO HOSPITAL DEPARTAMENTAL SAN ANTONIO DE PADUA LA PLATA HUILA PROCESO: GESTIÓN DE PLANEACIÓN Y DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO O DESARROLLO INSTITUCIONAL	Código: MDE-GPDI-PG-PO-001
		Versión: 03
	Página No.	14 de 16

Número de personas a las que se les socializa el plan de comunicaciones en un periodo/ número de personas programadas para socializar el plan de comunicaciones en un periodo x 100

Periodicidad: Semestral

Meta: 80% del personal que labora en la institución

Indicador: Porcentaje en el que se utilizan los canales de comunicación institucional

Número de canales de comunicación institucional utilizados / Número de canales de comunicación institucional creados x 100

Periodicidad: trimestral

Meta: 80% de canales utilizados

Indicador: porcentaje de personas que visitan la pagina web institucional

Numero de personas que visitan la pagina web institucional / total de visitas estimadas sobre el periodo

Periodicidad: trimestral

Meta: 70% de personas alcanzadas

Indicador: Porcentaje de personas que interactúan con las redes sociales institucionales

Número de personas que interactúan con las redes sociales institucionales / total de seguidores de las redes sociales institucionales

Periodicidad: trimestral

Meta: 45% de personas que interactúan con las redes sociales institucionales

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

13. MEJORA

AUDITORIA INTERNA

Programa: se debe revisar los siguientes aspectos:

- Objetivos y consignas de la política de comunicaciones.
- Tareas definidas, responsabilidades y autoridades.
- Elementos fundamentales de la comunicación.
- Documentos que apoyan e interactúan con los elementos fundamentales de la política de comunicaciones.

14. PLANIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS

Texto

Fecha	Cambio	Nueva Versión
01/07/2019	Implementación de la Política en la E.S.E Hospital Departamental San Antonio de Padua Res. 135 de 14 Marzo 2019	001
27/01/2021	Actualización segunda versión	002
27/05/2021	Actualización tercera versión Res. 203 de 10 Agosto 2021	003

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”

15. APROBACIÓN

Responsable	Nombres y Apellidos	Cargo	Firma
Elaboró	Silvia Daniela Valencia	Apoyo Profesional Mercadeo	
Revisó	Nelson Felipe Tierradentro	Profesional Planeación y Desarrollo Institucional	
Aprobó	Gladys Durán Borrero	Gerente	

16. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <http://hdv.gov.co/nuestra-entidad/politicas-institucionales/politica-de-comunicaciones/>
- www.hospitalmilitar.gov.co/content/politica-de-comunicaciones
- <https://www.minsalud.gov.co/salud/Documents/Pol%C3%ADtica%20Nacional%20de%20Comunicaciones.pdf>
- <http://hmfs.com.co/web/index.php/about-us/politicas-institucionales>

“Hospital Humanizado y Seguro es Nuestra Compromiso”

“Documento no valido en medio impreso sin la identificación de Marca de Agua “Documento Controlado” Este documento contiene información de carácter confidencial y es propiedad del Hospital. Ninguna parte de su contenido puede ser usado, copiado, divulgado sin autorización escrita por parte del Hospital”