



E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA

NIT: 890.902.151-4

Política de Comunicaciones

Página: Página 1 de 26

Enero 2022


## POLITICA DE COMUNICACIONES



E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL DE GOMEZ PLATA

2022

E.S.E Hospital Santa Isabel

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 2 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

# INTRODUCCIÓN

El presente documento consiga la política de comunicación como una guía que permite al equipo de trabajo de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, conocer las directrices de la entidad en materia de comunicaciones internas y externas.


Su consulta es indispensable para entender los procedimientos que se deben seguir a la hora de elaborar las diferentes piezas de comunicación de la entidad, desde invitaciones, cartas, presentaciones, hasta comunicados de prensa, boletines virtuales, avisos publicitarios, entre otros materiales promocionales e institucionales. El manual también incluye los procesos y procedimientos establecidos por la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** para el manejo de los sistemas de información, tales como página web y redes sociales, por citar algunos ejemplos.

De esta manera, cumpliendo con los requerimientos que le apuntan a la calidad del servicio, estandariza los procesos de comunicación, con el objetivo de facilitar la búsqueda y circulación de la información, estableciendo procesos de uso común que permitan alcanzar su posicionamiento y fortalecimiento como líder del deporte en Colombia.

## CAPITULO I:

### USOS Y ALCANCES

- La política de comunicaciones de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**, se debe aplicar en todas las situaciones, canales y momentos que involucren a la entidad (discursos, entrevistas, cartas, planes, programas, proyectos, presentaciones, comunicados de prensa, materiales promocionales, entre otros).
- Los voceros autorizados por la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** deben conocer la plataforma estratégica (misión, visión, principios, valores, políticas, etc) para efectos de dar claridad en el discurso y mensaje central.
- Se recomienda que todos los funcionarios y miembros conozcan el mensaje central, con el objetivo que haya una comunicación interna coherente con el enfoque de la ESE.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 3 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

- La Junta Directiva y la administración en general, deben dar a conocer el mensaje de la entidad a través de sus voceros, con el apoyo de piezas gráficas e impresos pertinentes.

## CAPITULO II:

### DESCRIPCIÓN Y CONCEPTOS GENERALES

La política de comunicaciones debe adaptarse a la naturaleza la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**, teniendo en cuenta su importancia y la composición e intereses de su personal. Para alcanzar sus objetivos, todo sistema de comunicaciones debe tratar de asegurar una comunicación real y regular en ambos sentidos: entre los representantes de la administración (Junta Directiva y Administración).

Al elegir los medios de comunicación que se consideren apropiados para la clase de informaciones que se propone transmitir, la gerencia debería tener en cuenta la naturaleza de las funciones de los trabajadores, a fin de no debilitar sus posiciones respectivas. La elección de los medios apropiados de comunicación y del momento de efectuarla, debería fundarse en las circunstancias de cada situación particular y tener en cuenta la práctica común.

#### ¿Por qué contar con una política de comunicaciones?


Contar con una política de comunicaciones significa que las personas relacionadas con la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** encontrarán en ella un sustento que repercutirá en la confianza que tengan hacia la entidad, su gestión y los productos o servicios que realiza.

De la misma forma, con la política se puede determinar la selección del personal a través de competencias comunicativas y compromiso con los valores que establece la E.S.E..

Una organización no aprueba un valor cuando ella en sí misma no está dispuesta a cumplirlo, por lo tanto, la política de comunicaciones fracasa cuando no se pone en práctica. Lo ideal es que la empresa y los trabajadores se encaminen hacia la misión y visión establecida para alcanzar los objetivos.

#### Un referente para la toma de decisiones

Una vez establecidos los objetivos de la organización, se deben establecer las reglas de juego para alcanzar dichos propósitos. Es allí donde aparece la política de comunicaciones de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** como mediador de las relaciones entre los miembros de la organización y la estructura de la misma.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 4 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

En la política de comunicaciones, se establece el cómo espera la organización que se realicen las labores, pero no desde un punto de vista operativo como sería un manual de funciones o la descripción de una tarea o un proceso. La política tiene una perspectiva superior que debe permitir más allá de una descripción de actividades a desarrollar, los parámetros que deben tener en cuenta las acciones de comunicación, sean cuales fueren las que se realicen para mantenerse dentro de un rango, que además identifique la gestión y le permita diferenciarse por su liderazgo.

Establecer una política de comunicaciones permite identificar que nuestra organización está fundamentada en los objetivos, con altos niveles de empoderamiento, en donde las redes de trabajo realizan sus labores dentro de unos mismos parámetros de acción.

### **¿Qué elementos debe tener en cuenta una política de comunicaciones?**

La política de comunicaciones de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** debe contar con los elementos a partir de los cuales se manifiesten las diferentes interacciones productivas de la organización, las directivas y los trabajadores, los líderes y sus equipos, la comunicación entre las áreas y las unidades de negocio. En general la comunicación de la organización con sus diferentes públicos de interés.


La carencia de una política de comunicaciones generalmente incide en el clima organizacional, dado que su inasistencia genera insatisfacción en los trabajadores, que se sienten poco tenidos en cuenta. Además da paso a que se generen situaciones de maltrato que al no tener un punto de referencia para ser controlado, puede convertirse en parte de la cultura de la organización.

### **¿Cómo llevar la política de comunicaciones a la práctica?**

La política de comunicaciones requiere de un plan para darlo a conocer y hacerlo operativo, es decir hacer que se convierta en acciones concretas por parte de los miembros de la organización. Esta implementación requiere de una programación en donde se señalen acciones, responsables y metas a cumplir de una manera breve, pero con suficiente detalle para que su puesta en escena se facilite.

### **Conceptos**

- **Comunicación:** Es poner en común información, ideas y habilidades orientadas hacia la consecución de las metas y objetivos de la organización.
- **Públicos:** Son públicos externos las instituciones, comunidades, organizaciones y personas con quienes establece comunicación. El público interno está conformado por sus empleados y junta directiva.
- **Mensajes institucionales:** Conjunto de ideas destinadas a establecer relaciones formativas con los públicos internos y/o externos.
- **Retroalimentación:** Es la comunicación de retorno que recibe la Empresa o cualquiera de sus empleados, a partir de los mensajes emitidos.
- **Espacios:** Son escenarios de participación interpersonal por medio de los cuales la empresa se comunica entre sí y con sus públicos externos.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 5 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

- Medios: Son los instrumentos a través de los cuales se dinamizan los mensajes institucionales y pueden ser impresos, audiovisuales y electrónicos.

### **Criterios de aplicación**

- Veracidad: Conducta ética que se expresa en la consistencia entre lo que se piensa, se dice y se hace.
- Responsabilidad: Asumir las consecuencias institucionales y sociales de la acción u omisión comunicativa.
- Oportunidad: Actuar con base en la valoración sobre el momento adecuado de participar en procesos comunicativos.
- Claridad: Certidumbre que surge de verificar la correspondencia entre los mensajes recibidos y emitidos

### **Mensajes institucionales**

Se hacen para mantener comunicación permanente con funcionarios, proveedores, empresas, ciudadanía en general y comunidades localizadas en sus áreas de influencia. Además se utilizan para generar opinión pública a través de los medios de comunicación masiva, que permitan dar a conocer los objetivos y propósitos del Hospital. Sólo así se podrá responder a las inquietudes formuladas por los empleados, medios de comunicación, instituciones, comunidades y sociedad en general.

### **Públicos externos**

Es responsabilidad de cada proceso identificar, satisfacer y monitorear las necesidades de comunicación con sus públicos. La Gerencia y su área de comunicaciones, serán responsables por las comunicaciones que el Hospital emita hacia el público en general, y deberá definir las guías para las comunicaciones empresariales a través de los medios y canales de comunicación.


### **Públicos internos**

La retroalimentación en los procesos comunicativos es responsabilidad y compromiso de todos sus empleados. Las directivas y empleados tienen el deber de comunicar y consultar las acciones o dar a conocer las omisiones que afecten o beneficien a la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**.

Para esto es fundamental el compromiso de comunicar entre los empleados sobre los eventos importantes. La Gerencia en coordinación con su grupo asesor será responsable de comunicar las decisiones empresariales, garantizando su acceso y recepción a todo el personal, así como la creación y mantenimiento de las comunicaciones internas.

### **Espacios y medios**

Para la correcta aplicación de la política de comunicación de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, se deben crear espacios abiertos de comunicación entre la administración y los empleados, entre

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 6 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

la empresa y los públicos externos, con el objeto de formalizar su participación. Para ello se dispondrá de los medios necesarios para facilitar los procesos comunicativos, y el debido registro y conservación de los resultados como memoria institucional.

## Voceros

Un vocero es el representante de la entidad ante los medios de comunicación o ante audiencias específicas. Es el encargado de reproducir el mensaje central de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** en los diferentes medios.

### Voceros autorizados:

- El principal vocero para tratar todos los temas es el Gerente.
- Se recomienda que exista un número reducido de voceros, que preferiblemente deben ser de la Administración, el área asistencial y la Junta Directiva. Ellos deben ser previamente autorizados y/o designados en un tema específico, con una instrucción perfectamente aclarada y referida.
- Habrá exclusividad en la vocería del Gerente de la E.S.E. en temas específicos, tales como los asuntos legales, convenios administrativos, desarrollo institucional, aspectos financieros y situaciones de crisis.
- Para temas de servicios asistenciales el vocero deberá ser el coordinador médico o en su defecto el especialista designado por la Gerencia, de ser necesario.


## CAPITULO III:

### FUENTES Y REQUERIMIENTOS PARA FLUIDEZ DE LA INFORMACIÓN

#### En la comunicación interna

Los siguientes son aspectos ideales para la fluidez y buen desarrollo de la comunicación interna, a través de los cuales se puede mantener un buen clima organizacional, pues representan información válida para la construcción de mensajes y la comunicación efectiva:

- Condiciones generales de empleo, incluidos la contratación, el traslado y la terminación de la relación de trabajo.
- Descripción de las tareas de los diversos puestos de trabajo y su correspondiente posición en la estructura de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**.
- Posibilidades de formación profesional y perspectivas de ascenso.
- Condiciones generales de trabajo.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 7 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

- Reglamentos de seguridad e higiene del trabajo e instrucciones sobre prevención de accidentes y enfermedades profesionales.
- Servicios de bienestar para el personal.
- Sistemas de seguridad social o de asistencia social existentes en la empresa.
- Situación general de la empresa y perspectivas o planes de desarrollo futuro.
- Comentar las decisiones que probablemente tengan efectos directos o indirectos sobre la situación de los trabajadores.
- Generar cronogramas sobre impacto, prioridades, necesidades y demás elementos que sean fuente de información, para lo cual se podrá hacer una actualización semanal.
- Los insumos de las distintas áreas igualmente se pueden canalizar a través de la gerencia, administración, con el ánimo de establecer las prioridades y calendario de actividades, fuente de información, que podrá entregar en la reunión semanal de gerencia mediante memorando.
- Para ello se utilizarán los canales y medios expresados en el capítulo de comunicación interna.
- Las aéreas deberán tener un encargado de recopilar la información y entregarla al coordinador, quien luego la hará pública en la reunión semanal de gerencia.

### **En la comunicación externa**


La construcción de la información que sale de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** requiere de un trabajo interno en el cual cada una de las áreas de desarrollo tiene la obligación específica que se describe a continuación:

#### Gerencia y Junta Directiva

- Establecer, asimilar y practicar los lineamientos para la política de comunicación
- Constituir a partir de esta política la directriz para la comunicación interna y externa.
- Direccionamiento sobre información a resaltar.
- Nombramiento de vocería oficial para entregar declaraciones sobre temas de desarrollo, legales, planes, proyectos y estrategia, inherentes al fortalecimiento de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**.
- Definición de voceros para temas especiales, donde los especialistas en temas asistenciales tengan la potestad y direccionamiento para una comunicación eficaz.

#### Gerencia

- Proporcionar planes y estrategias de gerencia con visión de comunicaciones.
- Establecer prioridades y requerimientos para publicación y participación en la información.
- Proporcionar los recursos técnicos, espacios, implementos y demás necesidades para el funcionamiento.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 8 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

## CAPITULO IV:

### REDACCIÓN DE NOTICIAS Y OTRO TIPO DE MENSAJES

Para de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, el establecimiento de la aceptación de las fuentes de información interna y externa, así como de los delgados de los contenido y voceros en cada uno de los temas de interés empresarial, será un gran soporte para luego transmitir los mensajes de interés a nuestros públicos objetivos, los medios de comunicación y la sociedad en general.

La sencillez y claridad de las fuentes de información y su redacción en los mensajes, debe ser tan impecable y contundente que podrá ser tomada directamente por receptor.

La información oficial, generada desde las fuentes primarias, es la única forma válida para la publicación de noticias. Sólo se debe escribir con base en datos reales, cifras, resultados oficiales, estadísticas históricas de fuentes fidedignas y declaraciones de los directivos.

#### **Tener en cuenta**

La información debe redactarse de tal forma que se pueda tomar textualmente por cualquier medio. Lo escrito va dirigido a todo tipo de público, por lo cual cada palabra debe ser rigurosamente concebida para ser claros en el mensaje.

## CAPITULO IV:

### COMUNICACIÓN INTERNA

#### **Objetivo**

La comunicación interna para de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** pretende el montaje, estructuración y eficacia de una red de mensajes internos integrales, que sirvan para fomentar el clima organizacional y el conocimiento pleno de todos los miembros de la entidad, de los planes, programas y procesos de gestión.

La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal.

El clima organizacional se puede definir como la calidad duradera del entorno interno que tienen sus miembros, lo cual influye en su comportamiento.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 9 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

El entorno puede ser medido en términos de valores, basado en el conjunto de características o atributos que se plantean y puede ser orientado con la utilización planificada de motivaciones.

### **Comportamientos internos:**

Proactivo: Alto reconocimiento del problema y alta utilización de recursos que conllevan a la productividad.

Fatalista: Reconocimiento extremo del problema, acompañado por una alta utilización de restricciones que conllevan a la desmotivación

### **Recomendaciones para una comunicación eficaz:**

Asociar las acciones con las palabras

- Comprometerse con la comunicación de dos vías (descendente y ascendente)
- Énfasis en la comunicación cara a cara
- Mantener a los funcionarios informados de los cambios y decisiones
- Dar confianza y valor a los empleados para comunicar malas noticias
- Diseñar un programa de comunicación para transmitir la información que cada departamento o empleado necesita
- Luchar porque la información fluya continuamente
- Cada miembro debe comprometerse con sus metas personales de desarrollo.
- No aceptar excusas sin soluciones.
- Establecer metas que empujen a la gente a crecer.
- En todos los niveles se requiere crear el hábito del coaching. No es suficiente establecer metas y decirle a la gente que haga lo mejor. Ayude a que esto suceda.
- Entregar el mejor entrenamiento posible para que con sus herramientas alcancen las metas.

### **Oportunidades para reducir las consecuencias de los rumores:**

- Anunciar los programas a tiempo para tomar las decisiones importantes
- Explicar las decisiones y los comportamientos que podrían parecer inconsistentes o secretos.
- Enfatizar las desventajas y ventajas de las decisiones actuales y los planes futuros.
- Discutir abiertamente las posibilidades en el peor de los casos. Casi nunca constituye una provocación de ansiedad ni una fantasía no hablada

### **SOCIALIZACIÓN INTERNA**

Para que la información a través de todos sus orígenes, canales y destinos fluya con la eficacia de los medios internos, es necesario que aspectos de alta importancia como el hecho que esta política de comunicaciones en sí, cumpla con varios procesos de implementación y socialización. Esta es la información guía para que el

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 10 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

empleado logre un excelente desempeño en sus funciones, partiendo de las directrices, políticas, manuales, condiciones y reglamentos.

Se trata de un trabajo basado en la filosofía y cultura de la calidad de la organización de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, partiendo de los derechos y deberes que tiene cada uno de los miembros. Estos son algunos canales y medios para lograr el mejor desempeño, difundiendo la política general en la ESE:

- **Boletines internos mensuales**

Se trata de una publicación virtual en donde se genera información sobre acontecimientos importantes, reuniones, calendarios internos de trabajo, conmemoraciones, cambios de puestos de trabajo y otro tipo de novedades de la organización, que actualicen sobre el funcionamiento del sector y de paso, busquen la participación activa de todos los funcionarios.

- **Comunicación electrónica**

El correo electrónico interno, no sólo cambia la dinámica de trabajo y de la comunicación al interior de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, sino que es una herramienta dentro de un sistema rápido, en el que se canalizarán los mensajes claves. Sin embargo es práctico si se implementa como uso obligatorio, para lo cual se hará la capacitación y claro la actualización permanente.

Sin duda que además de la información que se maneja ágilmente, este es un vehículo para ahorrar gastos y avalanchas de papel. Estas son las condiciones y oportunidades de esos boletines: (Información ágil, participativa y en cadena, Edición Virtual, Utilización de espacios en carteleras, Contenido con titulares de noticias, frases de motivación, personaje ejemplo, chistes, autocontrol, valores).

- **Reuniones:**

Facilitan el dialogo y fomentan las relaciones personales, sobre todo entre empleados que no suelen interactuar entre sí frecuentemente por encontrarse separados. Estás deben tener fechas y horas fijas y bien informadas, pues sólo así se evitará una mala planificación, y claro, que se conviertan en una pérdida de tiempo y una reducción de la productividad. Muchas reuniones y poca efectividad aburren al empleado y debilitan el crecimiento.

- **Reconocimientos:**

Agradecer públicamente a los funcionarios y contratistas que hacen contribuciones notables a la empresa. Estas personas suelen convertirse en modelos para otros dentro de la organización, dando a conocer que comportamientos y los logros son valorados. Para que esto sea visible en la comunicación interna, se hará un cuadro de honor y también la participación en programas especiales.

- **Programación de actividades de bienestar:**

Se podrán preparar acciones de bienestar que permitan el manejo del grupo y el mejoramiento de las relaciones de las dos vías: Celebración días especiales, programación de jornadas deportivas y concurso de conocimientos, por ejemplo

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 11 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

- **Carteleras**

Deben estar en lugares visibles y de facilidad visual interna con contenidos con los que se relacionan a continuación: Imagen y mensajes cortos pero precisos desarrollado con frecuencia semanal; si existe en cada área motivar a su actualización; diseños modernos y vistosos; avisos con metodología de rompecabezas; carteleras hechas por los funcionarios; y mensajes cortos.

- **Material promocional**

Producción de prendas, artículos y elementos que no solo promuevan la imagen de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, sino que además motiven a los trabajadores para sentirse parte de una entidad que trabaja por toda la comunidad. Algunas de estas piezas pueden ser postales con los valores institucionales, uniformes, pines, libretas, gorras, camisetas, chaquetas, chalecos, vasos, etc.

## CAPITULO V:

### MANEJO DE DOCUMENTOS

#### LA COMUNICACIÓN ESCRITA

En la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** la comunicación escrita se puede asumir de diferentes formas. Las más comunes con referencia a las normas Icontec son las siguientes:

##### La carta

Es un comunicado personalizado, con carácter formal. Se utiliza para informar, solicitar, agradecer, invitar, entre muchos otros. La Norma Técnica Colombiana 3393 establece los siguientes parámetros para la elaboración de cartas comerciales:

##### Márgenes

- Superior entre 3 cm y 4 cm
- Inferior entre 2 cm y 3 cm
- Lateral izquierdo entre 3cm y 4 cm
- Lateral derecho entre 2 cm y 3 cm

##### Partes de la carta

- Fecha: Se escribe acompañada de la ciudad de origen: día, mes, año. Ejemplo: Gómez Plata, Antioquia, 10 de abril de 2021.
- Encabezamiento o datos del destinatario: se dejan entre cuatro y seis espacios sencillos después de la fecha. Los datos que componen el encabezamiento se escriben a espacios sencillos.
- Tratamiento: se escribe la palabra completa, con mayúscula inicial y sin abreviaturas: Señor, Señora, Licenciado, Ingeniera, Economista, Doctor, etc..
- Nombres y apellidos completos de la persona a quien va dirigida la carta, escritos en mayúsculas fijas.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 12 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

- Cargo: Gerente, Rector, Jefa, Fiscala, Intendente, etc. El cargo se escribe con mayúscula inicial y, si es muy largo, se puede dividir, evitando la partición silábica.
- Nombre de la empresa: se escribe en el renglón siguiente, iniciando con mayúscula. Si el nombre de la empresa es una sigla, se escribe con mayúsculas fijas.
- Dirección: ubicación del destinatario. Puede ser escrita en la misma carta, pero es indispensable que vaya en el sobre.
- Nombre de la ciudad de destino: se escribe con mayúscula inicial, e inmediatamente después de la dirección o de la casilla postal, si la hubiere.

Las cartas deben ir siempre dirigidas a una persona, pero cuando su nombre se desconoce, debe escribirse el tratamiento en minúscula y el nombre de la empresa en mayúsculas fijas.

- Asunto: también llamado "referencia", es una línea opcional que sintetiza el tema de la carta. Cuando la carta se dirige a una Junta, es conveniente que se escriba el asunto para facilitar la respuesta deseada.
- Saludo: es la frase de cortesía, que se escribe después del encabezamiento y antes del cuerpo de la carta. Ejemplos: Apreciado señor Gómez; Respetados señores; Respetado señor Rector. Después del saludo se escriben dos puntos. Se sugiere que cuando el destinatario es una mujer, se le trate por su nombre y cuando es un hombre, por su apellido, así: Apreciada economista Ángela; Apreciado economista Pérez.
- Texto: es el mensaje que se transmite al destinatario. Está contenido, en promedio, en tres párrafos: el primero introduce el tema; el segundo lo desarrolla, y el tercero presenta información complementaria. Los párrafos deben ser cortos, claros y sencillos. No se deben dividir los nombres propios, las cifras, las fechas, las cantidades ni las palabras escritas con mayúsculas fijas. Es incorrecto separar una sílaba y no poner guion o marcar doble raya o poner raya de subrayar debajo de la letra. Los párrafos se escriben a espacio sencillo y a dos espacios entre párrafos.
- Despedida: igual que el saludo, es una expresión de cortesía. Se puede elegir una expresión de una o dos palabras, seguida de una coma o una oración terminada en punto. Ejemplos: Cordialmente, Atentamente, Respetuosamente, Cordial saludo, Atento saludo, Muchas gracias por su atención, etc.
- Firma: Está compuesta por tres elementos:

Nombre y apellidos del remitente, escritos en mayúsculas fijas.

Rúbrica: es el conjunto de rasgos de figura determinada que, como parte de la firma, pone cada cual después de su nombre o título. La rúbrica se escribe encima del nombre del remitente que se ha escrito en mayúsculas fijas. No se usa la raya para poner la rúbrica.

Cargo o documento de identificación: se escribe debajo del nombre y con mayúscula inicial. Cuando la carta está firmada por una persona particular, va, en el lugar del cargo, el documento de identificación personal.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 13 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

Cuando firman dos o más personas, los nombres van por categoría. No obstante, el autor de la comunicación debe firmar debajo de la despedida, aunque su cargo sea inferior al de quien firma a la derecha.

## **El informe**

Es la respuesta a un requerimiento de la Gerencia o Administración. Como tal, el informe da cuenta de la situación de un proyecto de investigación o de un proceso cualquiera en el cual está comprometida la empresa. Las directivas no toman una decisión de importancia si antes no han sido informadas técnicamente de las hipótesis probables, las alternativas disponibles y las recomendaciones del cuerpo técnico a cuyo cargo está el proyecto.

Las siguientes son algunas recomendaciones para la elaboración de un informe técnico:

- Proceso de pre escritura
- Análisis cuidadoso del asunto o problema
- Obtención de los datos requeridos
- Ordenamiento de los datos y referencias bibliográficas que ilustren o refuercen las ideas
- Bosquejo del informe

Estructura del informe: Son las partes que componen el informe propiamente dicho. A diferencia del informe de investigación para un contexto académico, el informe técnico se caracteriza por la concisión del texto. No quiere ello decir que carezca de los elementos básicos de la investigación científica, sino que su objetivo es dar cuenta de los resultados y no del proceso detallado que condujo a ellos. Los elementos estructurales de este informe son:

- Portada: contiene el título del informe. Nombre del autor o autores, ciudad y fecha.
- Índice: es igual al que se usa en un libro.
- Resumen: constituye la síntesis del trabajo o proyecto.
- Introducción: incluye los antecedentes del problema, los objetivos, la justificación y el contexto general, esto es, cómo y dónde se realizó la investigación o se desarrolló el proyecto.
- Método: es una explicación de las técnicas que se usaron para la realización del trabajo.
- Resultados: resumen los datos recolectados y el tratamiento que se les dio.
- Análisis: exposición de los hechos, circunstancias y detalles que constituyen la verdadera razón de ser del trabajo.
- Conclusiones, recomendaciones e implicaciones: en esta parte se derivan conclusiones, se hacen recomendaciones, bien sea para la toma de decisiones operativas o para nuevas investigaciones, y se analizan las implicaciones de la investigación.
- Bibliografía: sustento teórico en libros, documentos, revistas especializadas u otro tipo de publicación.
- Apéndices: tablas o gráficos que amplían la información, glosario de términos y otros elementos que aclaren o refuercen el contenido del informe.

Los informes deben ser redactados en forma impersonal, es decir, en tercera persona. Los pronombres yo y nosotros no tienen cabida en la redacción de un informe.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 14 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

## El acta

Es la relación escrita de lo sucedido, tratado o acordado en una junta. Sus elementos son:

- Razón social: en el margen superior de la primera página va la razón social.
- Título de la junta o comité. Ejemplo: CONSEJO ACADÉMICO.
- Denominación del documento y número correspondiente: Después de título, a tres interlíneas y centrada, se ubica la palabra ACTA en mayúscula fija, seguida del número consecutivo que le corresponda. El consecutivo debe ser anual, es decir, el ACTA 1 corresponde a la primera reunión de cada año. Se suprime el signo de número.
- Fecha: ciudad y fecha completa en que se efectuó la reunión.
- Hora: se anotan la hora de inicio y la de finalización de la reunión.
- Lugar en donde se efectuó la reunión.
- Asistentes: Nombre y cargo, en orden jerárquico, de los funcionarios que participaron. El cargo que desempeñe cada uno en la reunión se separa del nombre con coma (,) y se sigue el orden jerárquico establecido para la reunión. En caso de igual jerarquía, en orden alfabético por apellidos.

En reuniones o comités, integrados por personas de igual jerarquía y pertenecientes a diferentes empresas, se seguirá un orden alfabético por entidades.

- Invitados: Si los hubo, deben relacionarse con indicación de nombre y cargo.
- Orden del día: recoge la agenda que efectivamente se desarrolló.
- Ausentes: se anotan las personas que no asistieron a la reunión. Se indica si la ausencia es justificada o no.
- Orden del día: se enumeran los temas motivo de la reunión, identificándolos con números arábigos.

Los datos anteriores, resaltados con negrita, se escriben todos, en al acta, con mayúscula fija, seguida de dos puntos. Por estética, se recomienda que formen columnas debidamente alineadas.

**DESARROLLO:** Se escribe en mayúscula fija, contra el margen izquierdo. El desarrollo anota los asuntos que se trataron, según el orden del día, con sus respectivas conclusiones.


El primer tema es, generalmente, verificación del quórum.

En el tema "lectura, discusión y aprobación del acta anterior", se indica si fue aprobada, y se anotan las modificaciones que se presentan.

**Convocatoria:** si se programa una nueva reunión, se escribe la palabra CONVOCATORIA, con mayúscula fija y seguida de punto. A continuación, se anotan la fecha, la hora y el lugar de la próxima reunión.

**Firma, nombre y cargo:** el nombre completo de los firmantes responsables se escribe con mayúscula fija. El cargo se anota debajo con mayúscula inicial y sin centrar. Los firmantes del acta son, generalmente, el presidente y el secretario. El presidente firma a la izquierda y el secretario a la derecha.

Aspectos generales

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 15 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

- Toda acta expresa lo tratado en una reunión sin describir detalles intrascendentes. Los párrafos deben ser concisos, claros y que hagan énfasis en las determinaciones tomadas. Sin embargo, por solicitud expresa se anotan las discrepancias.
- Se indica en nombre de la persona que presenta una moción, pero no es necesario anotar a quienes adhieren a ella.
- Cuando sea necesario mencionar la intervención de uno de los asistentes, se hace con nombre propio.
- Cuando haya lugar a votaciones, se indica el número de votos emitidos en favor, en contra y en blanco. En caso de nombramientos se registran los resultados y los nombres propios.
- En el caso de acta registrada, se escribe el nombre de la persona que de acuerdo con los estatutos debe presidir la reunión, así como la persona que opera como secretario de la misma.
- En el caso de acta no registrada, es preciso que quede constancia del nombre de quien preside la sesión y de quien actúa como secretario.
- En actas registradas, y en las que por seguridad se considere conveniente, el presidente coloca su rúbrica en la parte inferior izquierda de cada hoja.
- Junto con el acta se recomienda elaborar un resumen de compromisos en el cual se consignent acciones, responsables de las mismas y fechas límite de cumplimiento.
- Cuando en una reunión se presentan documentos que sustentan una información, éstos se detallan en el desarrollo y se adjuntan al acta. A dos interlíneas de los firmantes, contra el margen izquierdo, se escribe la palabra Anexo, o Anexos, seguida de dos puntos (:) y con mayúscula inicial y se aclara el número de hojas.
- Cuando el acta es extensa y se hace necesario utilizar hojas complementarias, éstas deben ir identificadas en la parte superior con el nombre del Comité, el número del acta y el número de orden de la hoja.

## Memorando

Es un comunicado personalizado de carácter interno, elaborado con el fin de informar, solicitar una acción determinada o llamar la atención sobre alguna situación, en particular. El memorando se compone de los siguientes elementos:

Para: Nombre y cargo del destinatario

De: Dependencia o cargo del remitente

Asunto: Tema central del comunicado

Fecha: Día, mes y año del comunicado

Firma: Nombre del emisor del mensaje

**Circular** - Es una carta redactada en forma personal que se imprime sin los datos del destinatario, la fecha, ni el saludo para ser llenados en cada copia posteriormente. Para la elaboración de una circular se deben tener en cuenta algunas recomendaciones:

- Utilizar papel con membrete de la empresa

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 16 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

- Escribir párrafos cortos
- Concluir con saludo
- Colocar la fecha en la parte inferior izquierda
- Firmar debajo de la fecha

#### Elementos de una circular

- **Identificación:** Es la expresión CIRCULAR N<sup>o</sup>, escrita en forma centrada.
- **Destinatarios:** Como se envía a varias personas no se coloca nombre propio de ningún destinatario; en su lugar se indica el personal al cual va dirigida la información.
- **Fecha:** Se coloca debajo del texto. Si la ciudad no está indicada en el membrete o en la identificación que se hace en la matriz, debe escribirse junto a la fecha. Si se distribuye por un tiempo más o menos prolongado puede omitirse el día en el renglón de la fecha.
- **Nombre:** En mayúsculas fijas se escribe el nombre de quien envía la circular, y con mayúscula inicial, debajo del nombre, el cargo que ocupa. Para evitar que se le reste importancia al texto de la circular, por ser de carácter general, es aconsejable firmar cada uno de los ejemplares.

#### Presentación del documento

- Todo documento debe elaborarse en hojas tamaño carta.
- Se debe utilizar el tipo de letra arial, tamaño 12.
- La separación entre las líneas de un párrafo debe hacerse a 1.5
- La separación entre párrafos y entre título y texto se hará doblando la separación de líneas, es decir, con doble enter.
- No se debe subrayar.
- Se recomienda no usar sangría. Es conveniente aclarar, en este punto, que la Ortografía de la lengua española se presenta con sangría de tres espacios, aunque exista separación de párrafos. Sin embargo, para los informes de la Universidad de Medellín se sugiere no utilizar la sangría.

## CAPITULO VI:

### COMUNICACIÓN EXTERNA

Para la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**, la comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos y la sociedad en general, así como a proyectar una imagen favorable del Hospital, tras promover actividades, productos y servicios.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 17 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

La comunicación externa sirve para la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, que fundamentalmente debe mantener un doble flujo de comunicación.

Los objetivos de la comunicación externa del Hospital Santa Isabel son:

- Gestión de la imagen.
- Relación del la E.S.E. con su entorno.
- Gestión del diálogo con sus diferentes públicos.

### **Medios de comunicación**

A través de los medios de comunicación, la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**, puede alcanzar una mayor dinámica con sus públicos, así como hacerse un espacio de privilegio, construyendo una imagen positiva de sus productos y sus servicios. Una vez alcanzado cierto renombre, será más sencillo captar la atención de los medios de información general.

### **Recomendaciones**

Para la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** el objetivo del servicio a los medios informativos es proporcionar informaciones reales y objetivas. Para ello se debe actuar y no reaccionar. Es importante siempre estar dispuesto a tomar la iniciativa y comunicar la historia a los medios, según las propias condiciones, y no esperar a que sean ellos los que vengan en busca de la historia, poniendo sus condiciones.

Una política de información activa, en la que se ofrecen noticias espontáneas y/o sistemáticamente, ayudará a eliminar aquellas llamadas en vano, preguntando qué hay de nuevo, lo cual no aportará casi nunca algo sustancioso.

La idoneidad profesional es vital. Recuerde que está tratando con profesionales (al menos la mayor parte del tiempo) y que la incompetencia profesional será embarazosa si se muestra a la luz del día. Se necesita saber cómo trabajan los medios informativos: qué necesitan, qué es importante para ellos, tener un sentido para plazos y prioridades, reconocer la existencia de la competencia que existe en el mundo de los medios informativos y, al menos, tener un conocimiento básico de su tecnología.

### **Coordinación de prensa**

Deberá estar al tanto de cualquier suceso corriente o inminente y de cualquier otro cambio en su mundo profesional, además de conocer bien la historia reciente o lejana del Hospital. Deberá conocer bien las normas, reglamentos, nombres y hechos básicos. La necesidad de consistencia y continuidad será especialmente necesaria en los momentos en que circulan escándalos, hechos sensacionalistas y rumores.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 18 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

## Comunicación en crisis

Habrán críticas persistentes, no sólo en tales tiempos de sensacionalismo y, algunas veces, las críticas podrán ser muy inteligentes. En esos casos, será muy importante permanecer respetuoso y no dar el más mínima motivo para ser censurado.

Se deben comprobar los hechos de manera cuidadosa, refutando los hechos con hechos, evitando la tentación de buscar un enfrentamiento abierto. Sin embargo, una conversación en privado, en el momento oportuno, podrá a menudo ayudar a tranquilizar los ánimos. Esto permitirá tener también una imagen clara a fin de saber quién es el interesado y en qué aspecto particular del asunto está interesado.

## El comunicado de prensa

El comunicado de prensa es la forma más inmediata de comunicación escrita emitida en relación con un tema específico de interés directo. La emisión de demasiados comunicados de prensa, en cualquier momento y sobre cualquier sujeto trivial, producirá la pérdida de su impacto al momento de aparecer.

El envío de comunicados de prensa es el camino más rápido, especialmente si puede compilar una lista de direcciones que permitirá, mediante la utilización de un botón o dos, despacharlos a un gran número de destinatarios.

## Área de comunicaciones

Es la oportunidad para poner en práctica diversos mecanismos, recursos y personal que permitan un mejoramiento de la comunicación de la organización y el crecimiento de los mensajes a través de los medios de comunicación.

Es la base para la comunicación interna y externa, que trabaja con el ánimo de socializar, difundir, posicionar e informar a la opinión pública y los medios de comunicación, aspectos relacionados con la función del Hospital y el sector de la salud, con el fin de alcanzar posicionamiento de la imagen de la organización, así como mayor estímulo e incentivo hacia la práctica de hábitos saludables.

Estas son algunas de las estrategias del áreas de comunicaciones:

- Elaboración y coordinación de planes de difusión con miras al mejoramiento de la comunicación.
- Fortalecimiento del trabajo en equipo.
- Divulgación de planes, servicios, programas, eventos para conocimiento de la opinión pública.
- Implementación de una red de mensajes que contribuyan al incremento de una cultura de la salud.
- Elaboración de material escrito y audiovisual, para ser difundido en los diferentes medios de comunicación.
- Actualización contenidos Web para la comunidad.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 19 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

## CAPÍTULO VII:

### MEDIOS VIRTUALES

El uso de Internet no sólo ha afectado de manera importante al modo en que nos relacionamos, sino también a la percepción que tenemos de nosotros mismos e incluso al desarrollo de la personalidad. El auge que experimentaron las comunidades virtuales (foros, listas de correo, blogs, etc.) ha dado paso a un fenómeno mucho mayor, el de las redes sociales.

Se trata, fundamentalmente, de mantener un contacto “virtual” con aquellas personas con las que hemos establecido un vínculo previo en el plano “real”, sin descartar totalmente la posible interacción con absolutos desconocidos, pero siempre en busca de una finalidad concreta más allá del establecimiento de nuevas relaciones personales.

Este tipo de herramientas permiten, además de conocer el perfil de cada contacto, mantener una clasificación de cada uno de ellos en base a la frecuencia de las conversaciones mantenidas y otros valores computables.

#### Manejo de página Web

- Los banners y links, así como el orden de las noticias, los videos, los audios y las fotografías que se publiquen en el home de la página web de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, dependerán del área de comunicaciones, plataformas virtuales y la Gerencia.
- El desarrollo de nuevas plantillas o de micro sitios para proyectos especiales de las áreas estará a cargo del editor Web, sistemas y comunicaciones, quienes apoyarán durante el proceso de elaboración del proyecto y supervisarán su puesta en marcha.
- La administración del sitio y todo tipo de comunicación virtual y redes sociales, estará a cargo de los administradores delegados por la Gerencia de la E.S.E., supervisando los contenidos de las áreas y garantizando la actualización de los mismos.

#### Manejo de redes sociales

- El editor de contenidos será exclusivamente el área de comunicaciones. Así se definirán el contenido, que serán de carácter informativo y portafolio de servicios con algunas pocas participaciones en espacios de noticias a información, que serán manejados con criterio institucional y no personal.
- Las áreas que estén interesadas en publicar en estos canales algún tipo de información, deberán enviar la información al grupo de comunicaciones y plataformas virtuales.
- Actualmente de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** cuenta con canales en Facebook e Instagram.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 20 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

## Contenido básico Portal Hospital Santa Isabel

- Quienes somos
- Historia
- Plataforma Estratégica
- Galería
- Noticias
- Trámites y servicios
- Transparencia
- Gestión
- Servicios
- Redes Sociales

## CAPITULO VIII:

### MANEJO DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL Y SUS APLICACIONES

#### Manual de identidad visual

La identidad visual, cuidadosamente concebida, es una herramienta invaluable porque a través de ella, de los recursos visuales que la constituyen, se transmite un mensaje, se comunica de forma eficiente y se llega a conocer, reconocer, memorizar y diferenciar una empresa o institución y los servicios o productos que ofrece.

## CAPITULO IX:

### USO CORREO ELECTRÓNICO

Todos los empleados del Hospital Santa Isabel que dispongan de una cuenta de correo corporativa deberán seguir las siguientes políticas de buen uso:

- La cuenta de correo se destinará para el uso profesional y no se puede operar para fines particulares, excepto en casos puntuales justificados.
- Cada persona vinculada tendrá una cuenta empresarial.
- Está prohibida la suscripción del correo electrónico empresarial a servicios de noticias no relacionados con la actividad profesional.
- No debe facilitar la cuenta de correo a personas no autorizadas.
- No debe utilizar la cuenta como dirección de contacto en trámites personales.
- No podrá utilizar el correo corporativo con fines comerciales o financieros sin relación con la E.S.E.
- No debe participar en el envío de cadenas de mails.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 21 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

- No distribuir mensajes con contenidos inapropiados (morboso, confidenciales en sus uso, contenido ofensivo, racista, discriminatorio, etc...)
- Se deberá verificar el destinatario y el contenido del mensaje antes de enviarlo. Por favor leer y releer antes de enviar.
- La Gerencia, podrá acceder a las cuentas corporativas de los usuarios en caso de enfermedad, vacaciones o despido para continuar realizando las actividades propias de su puesto trabajo.

## PROTECCION DE DATOS PERSONALES

En cumplimiento a lo estipulado en la Ley 1581 de 2012 y a lo previsto en el numeral 3 y el parágrafo del artículo 10 del Decreto 1377 de 2013, y teniendo en cuenta la imposibilidad de solicitar autorización en forma individual informamos a todas las personas cuyos datos personales se encuentran en nuestras bases de datos, que dicha información se han recopilado para el desarrollo de diversos procedimientos relacionados directamente con su objeto social de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata – Antioquia**.

El uso y manejo de los mismos, se efectúa bajo estrictos estándares de confidencialidad y responsabilidad, dentro de los cuales está el respeto al debido proceso y a la protección de la información. Los datos registrados en nuestras bases de datos son reseñas públicas, tales como nombre, dirección, teléfonos, y correos electrónicos. En cualquier momento el titular de la información podrá revocar su consentimiento y ejercer su derecho a la supresión de datos personales consagrado en la Ley 1581 de 2012.

Si usted desea consultar información o solicitar la suspensión o rectificación de sus datos personales de nuestras bases de datos, agradecemos enviar un e-mail a [contactenos@esehospitalsantaisabel-gomezplata-antioquia.gov.co](mailto:contactenos@esehospitalsantaisabel-gomezplata-antioquia.gov.co)

# CAPITULO X:

## GARANTIAS DE IMAGEN EN EVENTOS

A través de esta orientación, la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia**, proyecta su participación con todas las variables de aplicación y participación de imagen y protocolo posibles, para uso interno y externo de todas las entidades y organizaciones donde se trate de manera conjunta en el municipio y la subregión.

A la vez se establece la norma para el uso obligatorio de la aplicación de los logos y marcas institucionales, con retribución mínima a la gestión y el esfuerzo mutuo por sacar a delante todos los proyectos de salud. Es así como la E.S.E. deberá contar con la presencia, visualización y predominio de su imagen institucional en los certámenes y actividades gestionados y apoyadas directamente.

	<p><b>E.S.E HOSPITAL SANTA ISABEL GOMEZ PLATA</b></p> <p><b>NIT: 890.902.151-4</b></p> <p><b>Política de Comunicaciones</b></p>	<p><b>Página: Página 22 de 26</b></p> <hr/> <p><b>Enero 2022</b></p>
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------

## Principios básicos

- La aplicación de las marcas debe hacerse regida por los principios establecidos en los manuales de imagen para las diversas piezas promocionales.
- Ubicación preferente del logotipo del Hospital en todo el material promocional impreso de cada evento. Los Logotipos deben aparecer con la misma dimensión de otras marcas en postales, plegables, avisos, volantes y afiches informativos o promocionales de certámenes deportivos y académicos.
- Inclusión de los logotipos institucionales en los avisos de prensa desarrollados para cada evento.
- Mención del nombre de la **E.S.E. Hospital Santa Isabel de Gómez Plata - Antioquia** en los comerciales de radio y televisión, cuando sea del caso.
- Ubicación preferencial de imagen de las dos entidades en certámenes en donde se tenga como referente un punto de salida y llegada.
- Presencia de miembros de la administración del Hospital en los certámenes protocolarios, tales como presentaciones, congresos, seminarios, ruedas de prensa, etc.
- Mención de las marcas a través de los voceros, speaker, presentadores y promotores de mensajes en los certámenes.
- Presentación de informe con justificación y visibilidad de todas las piezas antes mencionadas.

María Eugenia Correa Z.

Gerente

## CONTROL DE CAMBIOS

ELABORO	REVISO	APROBÒ
OLE COMUNICACIONES	ASTRID VILLEGAS	MARIA EUGENIA CORREZ ZULUAGA
Comunicaciones	Asesora de Calidad	Gerente

HISTORIAL DE CAMBIOS		
VERSION	ORIGEN DE CAMBIOS	FECHA
01	Creación de documento	31/12/2021