

GESTIÓN DE MERCADEO Y VENTAS

Edición N°: 3

Revisión N°:

Fecha: Septiembre de 2024

Fecha:

Responsable: Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas

Área: Gestion de Mercadeo y Ventas

MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

Manuel Uribe Angel

E.S.E HOSPITAL

Vinculados con la Vida!

Elaboró: Maria Adelaida Vélez Restrepo -

Aprobó: Martha Lucía Vélez Arango
Gerente

Firma:

Firma:

HOJA DE CONTROL DEL DOCUMENTO

EDICIÓN	REVISIÓN	FECHA	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	OBSERVACIONES
1		Abril de 2009	Adriana Maria Rúa	Grupo de Mejoramiento de Recurso Humano	Juan Guillermo Tamayo M.	
2		Agosto de 2015	Lina María Tamayo	Jefe de Oficina Talento Humano y Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas	Martha Lucía Vélez Arango	Actualización
2	1	Febrero de 2019	Maria Adelaida Vélez	Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas	Martha Lucía Vélez Arango	Actualización general del Manual de acuerdo a funcionamiento actual
2	2	Febrero de 2020	Maria Adelaida Vélez	Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas	Martha Lucía Vélez Arango	Se ajusta el manejo de carteleros, boletines y redes sociales
2	3	Septiembre de 2020	Maria Adelaida Vélez	Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas	Martha Lucía Vélez Arango	Revisión general del Manual
3		Septiembre de 2024	Katherine Velez Alvarez Profesional de Comunicaciones	Jose Pemberty Jefe de Oficina Mercadeo y Ventas	Martha Lucía Vélez Arango Gerente	Se actualiza el Manual a la plantilla estandarizada de acuerdo al Manual de Formas y Formatos.

MANUAL DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS



EDICIÓN	REVISIÓN	FECHA	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ	OBSERVACIONES
						Revisión general del Manual

COPIA NO CONTROLADA

CONTENIDO

1. INTRODUCCION:	6
2. JUSTIFICACIÓN:	6
3. OBJETIVO GENERAL	7
4. ALCANCE:	7
5. RESPONSABLE:	7
6. MARCO LEGAL:	8
7. MARCO CONCEPTUAL:	8
7.1. CONCEPTO DE COMUNICACIÓN	8
7.1.1. Clasificación de las comunicaciones	9
8. DESARROLLO DEL MANUAL	9
8.1. INSTRUCTIVO PARA EL ÁREA DE COMUNICACIONES	9
8.1.1 OBJETIVO GENERAL	9
8.1.2. RECOMENDACIONES GENERALES	9
8.1.3. Los integrantes del área de comunicaciones deben:	10
8.2. COMUNICACIÓN EXTERNA	11
8.2.1 MEDIOS ESCRITOS	11
8.2.1.1 Manual de Imagen Corporativa	11
8.2.1.2 Pautas publicitarias y boletines de prensa	11
8.2.1.3 Carteleras	11
8.2.2 MEDIOS DIGITALES	12
8.2.2.1. Página Web	12
8.2.2.2 Carteleras Virtuales	13
8.2.2.3. Redes Sociales	13
8.2.2.4.1 Ficha Corporativa	15
8.2.2.4.2 Guía del Usuario	15
8.2.3. EVENTOS INSTITUCIONALES	15
8.2.3.1 Eventos Académicos-Científicos	16
8.2.3.2 Eventos a la Comunidad	16
8.2.4. VOZ DEL USUARIO	16
8.2.4.1 Buzones de sugerencias	16
8.2.4.2 Rendición de Cuentas	17
8.3. MEDIOS DE COMUNICACION INTERNA	17
8.3.2 Intranet:	17
8.3.2. Material Audiovisual	18
8.3.3. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA	18
8.3.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRESENCIALES	18
8.3.4.1 Inducción y Reinducción	18
8.3.4.2 Grupos primarios	19

8.3.5 CAMPAÑAS, PROGRAMAS Y ESTRATEGIAS INSTITUCIONALES	19
8.3.5.2 Campañas Institucionales	19
9. MECANISMOS DE DIVULGACIÓN.....	20
10. MECANISMOS DE EVALUACIÓN:	20
11. DOCUMENTOS RELACIONADOS:.....	20
12. ANEXOS.....	20
13. BIBLIOGRAFIA	20

1. INTRODUCCION:

La comunicación es un pilar fundamental en el funcionamiento del Hospital Manuel Uribe Ángel. A través de ella, fortalecemos nuestra relación con usuarios, familiares, colaboradores y la comunidad en general, asegurando una transmisión clara, coherente y efectiva de nuestros mensajes. Este Manual de Comunicaciones ha sido diseñado para guiar a todo el personal en la implementación de estrategias comunicativas alineadas con los valores institucionales, fomentando la transparencia, el respeto y la confianza en cada interacción.

Nuestro objetivo es garantizar que cada mensaje, ya sea interno o externo, refleje la misión, visión y compromiso del Hospital con la salud y el bienestar de todos. Desde la atención al usuario hasta las campañas informativas, cada canal de comunicación es una oportunidad para fortalecer nuestra imagen y seguir construyendo un espacio de diálogo cercano y empático.

Este manual brinda las pautas necesarias para gestionar de manera adecuada las comunicaciones, adaptándolas a las necesidades de nuestros diferentes públicos y asegurando que todas las áreas trabajen de manera coordinada, en pro de una comunicación eficaz y asertiva.

2. JUSTIFICACIÓN:

La comunicación dentro de una institución de salud es un elemento esencial para garantizar un servicio eficiente, humano y de calidad. En el Hospital Manuel Uribe Ángel, la comunicación no solo facilita el flujo de información entre el personal médico, administrativo y nuestros usuarios, sino que también es clave para construir y mantener la confianza de la comunidad que servimos.

Este manual surge como una herramienta indispensable para unificar criterios y estrategias en todas nuestras interacciones, tanto internas como externas. Al contar con lineamientos claros, aseguramos que cada mensaje emitido refleje los valores institucionales.

En un entorno hospitalario, donde la precisión y la claridad son vitales, es fundamental que todos los miembros de nuestra organización tengan un marco de referencia para gestionar la comunicación de manera asertiva. Además, un manejo adecuado de los medios y canales de comunicación fortalece la identidad del Hospital, mejora la experiencia de nuestros usuarios y colaboradores, y facilita la articulación entre las diferentes áreas.

Este manual responde a la necesidad de tener procedimientos y pautas claros que nos permitan actuar de manera coherente, alineando nuestros esfuerzos para proyectar una imagen sólida y confiable. Con él, buscamos asegurar que cada mensaje, ya sea verbal, escrito o visual, cumpla con los más altos estándares de calidad y contribuya al buen funcionamiento de la Institución.

3. OBJETIVO GENERAL

Establecer y unificar las normas generales que se deben aplicar para el flujo y desarrollo de la información y comunicación interna y externa de la E.S.E. Hospital Manuel Uribe Ángel de Envigado y así promover, desarrollar y evaluar la estrategia de comunicación de manera efectiva (oportuna, precisa, completa y comprendida por parte de quien la recibe) entre los servicios asistenciales y administrativos y las 4 sedes.

4. ALCANCE:

El siguiente manual de comunicaciones interna y externas aplica para todos los funcionarios del Hospital Manuel Uribe Ángel de Envigado.

5. RESPONSABLE:

La comunicación Institucional es liderada por el Área de Mercadeo y Ventas desde comunicaciones, sin embargo, es también responsabilidad de los funcionarios del HMUA acatar las indicaciones, recomendaciones y conceptos plasmados en este Manual y contribuir con el correcto flujo de información y comunicación institucional de cara a todos los públicos objetivos.

- La información y comunicación en el HMUA fluyen de manera vertical y horizontal. Los contenidos de la información oficial son avalados por los Jefes de Área y la Gerencia, para los diferentes canales institucionales de cara a los públicos de interés.
- Los Jefes de áreas administrativas y asistenciales, son un canal fundamental de comunicación interno, la información debe fluir entre los jefes y a su vez, con todos los funcionarios del Hospital.

- Toda la información y comunicación que se genere en el Hospital Manuel Uribe Ángel, debe estar disponible a sus públicos de manera confiable, íntegra y segura.
- La comunicación debe ser incluyente y cumplir con criterios de accesibilidad y lenguaje claro, permitiendo que se manifieste de manera oral, escrita y visual para todos y todas.

6. MARCO LEGAL:

Constitución Política de Colombia: En el Artículo 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”. Artículo 74. Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley. El secreto profesional es inviolable.

Ley 140 de 1994: Por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional.

Ley 1712 de 2014: Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho a la Información Pública y Nacional.

Política de gobierno en línea: En desarrollo de las políticas y directivas del gobierno Nacional en materia de Gobierno en Línea,

En el Manual Operativo MIPG para el estado colombiano versión 5 marzo de 2023 adoptado mediante Decreto 943 de 2014, se encuentra consignada la dimensión 5: Información y Comunicación.

7. MARCO CONCEPTUAL:

7.1. Concepto de comunicación

Se entiende por comunicación, la facultad que tiene el ser vivo de transmitir a otro u otros, informaciones, sentimientos y vivencias. En toda comunicación tiene que haber un emisor, un mensaje y un receptor.

La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que, desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen institucional en una forma eficiente y a todos los públicos.

7.1.1. Clasificación de las comunicaciones

Según su destino se clasifican en:

- **Comunicación externa:** es aquella que se dirige a usuarios, familiares y acompañantes, clientes, proveedores, comunidad en general y públicos de interés de la Institución.
- **Comunicación interna:** es aquella que se utiliza con funcionarios, contratistas y aliados que hacen parte del funcionamiento y la operación del Hospital.

8. DESARROLLO DEL MANUAL

8.1. INSTRUCTIVO PARA EL ÁREA DE COMUNICACIONES

8.1.1 OBJETIVO GENERAL

Dar a conocer, detalladamente, los procedimientos que se deben seguir y tener presentes para la comunicación en el Hospital.

8.1.2. RECOMENDACIONES GENERALES

- **Mantener actualizados los diferentes medios de comunicación Institucional:** Es importante tener en cuenta la actualización de los diferentes medios de comunicación de los que dispone la E.S.E., para que no pierdan vigencia ni credibilidad.
- **Realizar evaluación permanente de la efectividad de las estrategias comunicacionales:** para el público receptor de la información es importante registrar el mensaje de manera asertiva, por lo tanto, se debe hacer una revisión continua de los resultados obtenidos con las estrategias y actividades implementadas.

Desde comunicaciones se aplica una encuesta de satisfacción interna que evalúa la oportunidad y pertinencia del proceso en el Hospital dos veces al

año, y monitorea las redes y canales de comunicación internos y externo que tiene con los demás públicos.

- ***Promover la accesibilidad en la información institucional:***

Los funcionarios de la Institución que generen documentación para su posterior publicación en los canales mencionados en este documento, deben cumplir con criterios de accesibilidad y con la Política de Protección de Datos personales de la Institución. (Ver anexo 1: documentos accesibles)

- ***Comunicar de manera asertiva e incluyente:*** permita y procure, de manera responsable, que todo el personal participe del proceso comunicacional institucional, defina espacios de participación para hacer una comunicación más comprometida e incluyente.

El uso de palabras sencillas, sin siglas, claras, con imágenes e íconos, facilita la comunicación del Hospital con sus diferentes grupos de interés, siendo ésta incluyente y determinante para cumplir con criterios de lenguaje claro. Para lo anterior es importante tener en cuenta:

- Visibilizar la presencia, participación e importancia de las mujeres en la Institución
- Sensibilizar en igualdad a usuarios y funcionarios
- Contribuir al desarrollo de la sociedad desde la Responsabilidad Social empresarial.
- Comunicar con enfoque de derechos y enfoque de género
- Ejecutar el modelo de inclusión del Hospital minimizando las barreras de acceso con los diferentes públicos

8.1.3. Los integrantes del área de comunicaciones deben:

- Escuchar de forma activa: implica atender e interpretar adecuadamente el mensaje de nuestro interlocutor, su contenido y las emociones subyacentes.
- Ser asertivo: supone decir aquello que se piensa, evitando la agresividad y sumisión.
- Saber dar y recibir feedback: exige recoger información sobre cómo ha sido recibido el mensaje y dar información a la otra persona sobre su actuación.

- Dominar y comprender la comunicación no verbal: implica saber comportarse e interpretar de forma correcta la comunicación no verbal del interlocutor.
- Conocer las claves de la comunicación verbal: supone dominar las técnicas verbales para garantizar un diálogo asertivo y claro.
- Manejar la comunicación digital: tener bases para transmitir de forma clara y concisa los mensajes (material audiovisual) que se emiten a través de diferentes medios digitales.
-

8.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Se describen como las actividades relacionadas con el posicionamiento de la imagen Institucional, la divulgación del portafolio de servicios y el trabajo realizado con la comunidad en general.

8.2.1 MEDIOS ESCRITOS

8.2.1.1 Manual de Imagen Corporativa

Es una guía para el manejo coherente en la identidad gráfica de la Institución. La buena utilización y acatamiento de las directrices allí estipuladas.

Este manual unifica criterios de aplicación en símbolos, logotipos, colores, diseño de papelería, señalización, impresos, volantes, pendones, avisos, entre otros.

El comunicador deberá velar por el cumplimiento de las normas y la buena utilización de la identidad corporativa. Además, deberá garantizar la divulgación de dicho manual para que todas las áreas puedan consultarlo y aplicarlo.

8.2.1.2 Pautas publicitarias y boletines de prensa

Estas herramientas de comunicación serán utilizadas de acuerdo a las necesidades de promocionar nuevos servicios, eventos y actividades especiales desarrolladas por la Institución. Desde comunicaciones se manejan las relaciones con los diferentes medios de comunicación con fines de pauta o Free Press.

8.2.1.3 Carteleros

El Hospital cuenta con una cartelera informativa de carácter normativo, dirigida a los Usuarios internos y externos. Dicha cartelera está ubicada en la oficina de Atención al Usuario. Debe ser actualizada permanentemente y es responsabilidad del área de comunicaciones.

8.2.1.4 Manual de Presentación Personal

Con este manual la Institución brinda a sus funcionarios las recomendaciones para un buen vestir en el lugar de trabajo. Uno de los objetivos de la E.S.E Hospital Manuel Uribe Ángel es el compromiso con el ser humano y el personal que enfoca su esfuerzo en el bienestar de los Usuarios y las familias, para ello es importante transmitir una buena imagen.

En el campo organizacional asumimos la representación de una marca, en este caso la del Hospital, que tiene un estilo sobrio y formal que debemos legitimar con acciones, destacando la presentación personal como elemento principal y otras formas de expresión a través del comportamiento, la comunicación, la postura, el tono de voz, la cortesía, la educación, el servicio con Pasión y de esta manera ser coherentes con los lineamientos de la organización que representamos.

8.2.1.5 Manual de Comportamiento y Buen Trato

Este manual está compuesto por los lineamientos de la cultura organizacional, que deben estar inmersos en la comunicación de los funcionarios con los públicos.

8.2.1.6 Manual de Buenas Prácticas de Comunicación Segura

Este documento da las pautas para el desarrollo y fortalecimiento de: destrezas, habilidades y competencias para el adecuado proceso de comunicación entre las personas que interactúan durante la atención a los pacientes.

8.2.1.7 Manual de Lenguaje Claro

Este manual permite definir mecanismos de lenguaje claro que se deben adoptar desde todos los procesos para transmitir de forma sencilla la información sobre programas, trámites y servicios, a fin de asegurar una comunicación efectiva con los usuarios y sus familias o los grupos de interés.

8.2.2 MEDIOS DIGITALES

8.2.2.1. Página Web

El Hospital cuenta con sitio web actualizado y moderno, que aloja la información corporativa y la información normativa de Gobierno Digital. El sitio es administrado por el área de comunicaciones y gestión de la información; la información de la página la envían los diferentes procesos y es revisada antes de publicar, así mismo en su mayoría es creada por el área de comunicaciones.

8.2.2.2 Carteleras Virtuales

La Institución tiene carteleras virtuales en los televisores de salas de espera que cuentan con turnero, allí se divulga la información del Hospital, los servicios y el posicionamiento de la marca a través del material audiovisual..

El área de comunicaciones está encargada de garantizar la actualización de este material y su uso para los diferentes los medios institucionales.

8.2.2.3. Redes Sociales

La Institución cuenta con redes sociales y el área de comunicaciones es responsable de su gestión, brindando la información necesaria y actualizando contenidos de interés para los públicos externos.

Los mensajes en las redes, tanto del Hospital como de la Alcaldía y las diferentes secretarías o entes descentralizados, deben responderse únicamente desde las cuentas oficiales del Hospital, nunca desde una cuenta particular de un funcionario.

Las respuestas deben ser en el menor tiempo posible y de manera personalizada, tratando siempre de brindar información acertada y respetuosa.

Las cuentas institucionales son:

Facebook @HospitalMUAEnvigado

La persona encargada de Comunicaciones externas del Hospital es la encargada de administrar la Fan Page de Facebook. Los contenidos están dirigidos a la comunidad en general apoyando sobre todo las actividades realizadas en la baja complejidad, las que se realizan de la mano del Plan de Intervenciones Colectivas y la Secretaría de Salud de Envigado.

X @hmuaenvigado

Al ser esta red social más inmediata, la persona encargada de comunicaciones administrará su contenido y compartirá información relacionada con la Institución, la Alcaldía, el Alcalde y las demás secretarías adscritas al Municipio.

Para la atención de los mensajes se enviará la misma respuesta que en Facebook y si se trata de un tema diferente, la persona encargada de comunicaciones deberá brindar información pertinente al usuario.

Instagram @hospitalmua

El contenido de esta red social se enfoca en la generación de contenido de los servicios del HMUA desde la Alta Complejidad con un perfil educativo e informativo y contenido audiovisual de alta calidad.

Respuesta a preguntas recurrentes en redes:

Gracias por ponerse en contacto con la E.S.E. Hospital Manuel Uribe Ángel, nuestras redes sociales tienen como finalidad compartir contenido de valor con nuestros usuarios y sus familias. Para la recepción de PQRSD nuestra Institución tiene habilitado en su sede electrónica (www.hospitalmua.gov.co) un formulario específico disponible en el siguiente enlace: <https://www.hospitalmua.gov.co/Atencionserviciosciudadania/Paginas/PQRS.D.aspx>

Gracias por ponerse en contacto con la E.S.E. Hospital Manuel Uribe Ángel, nuestras redes sociales tienen como finalidad compartir contenido de valor con nuestros usuarios y sus familias. Para la recepción de Hojas de Vida nuestra Institución tiene habilitado en su sede electrónica (www.hospitalmua.gov.co) un formulario específico disponible en el siguiente enlace: <https://www.hospitalmua.gov.co/Quiennessomos/Paginas/Trabaje-con-nosotros.aspx>

Gracias por ponerse en contacto con la E.S.E. Hospital Manuel Uribe Ángel, nuestras redes sociales tienen como finalidad compartir contenido de valor con nuestros usuarios y sus familias. Para la asignación de citas médicas nuestra Institución, por medio de la plataforma de trámites en línea GOV.CO, tiene habilitado en su sede electrónica (www.hospitalmua.gov.co) un formulario específico disponible en el siguiente enlace: <https://tramitesgov.1cero1.com/Pages/Home.aspx?IDRequest=7158>

Adicionalmente, contamos con atención por canal telefónico, en nuestra línea única: (604) 448 74 00, siguiendo las opciones.

Instagram interno: @instahmua

El Hospital cuenta con un espacio donde todos los empleados pueden acceder a la información interna de la institución. Esta información es publicada por el área de comunicaciones, pero puede ser generada por distintas áreas del Hospital, siempre con el apoyo y la aprobación del área encargada.

En el Instagram interno, solo se aceptan seguidores que trabajen en la Institución. Por eso, cuando se recibe una solicitud, se envía un mensaje privado solicitando una foto del carné del funcionario para confirmar que la persona realmente trabaja en el HMUA.

8.2.2.4 Fichas o guías

8.2.2.4.1 Ficha Corporativa

El Hospital cuenta con una Ficha Corporativa de uso del área de Mercadeo y las demás áreas que lo requieran, con información institucional, portafolio de servicios, capacidad instalada, entre otra información relevante del Hospital, lo que permite que este sea un insumo para reuniones, exposiciones y demás actividades que la requieran.

Existe un portafolio de servicios institucional que se difunde por varios medios: página Web, intranet, presentaciones en Power Point y multimedia, entre otros medios, con el fin de llegar a clientes corporativos y usuarios finales.

El área de comunicaciones estará encargada de mantener actualizada la información de dicho portafolio y divulgarla, dando cumplimientos a los estándares de identidad corporativa y garantizando la inclusión de nuevos servicios o cambios estructurales cuando se requieran. Para esto cada año se actualiza la *Ficha Corporativa* Institucional y se comparte con las diferentes Áreas como insumo para su gestión.

8.2.2.4.2 Guía del Usuario

Se tiene diseñada y disponible para los pacientes hospitalizados, una cartilla guía con información relevante de la Institución como el portafolio de servicios, rutas de evacuación, campañas, directorio telefónico e información de vital importancia para el usuario en su estadía en el HMUA.

El comunicador tiene la responsabilidad de garantizar que se cuente con dicha cartilla actualizada en los servicios indicados y que los pacientes tengan acceso a ella.

8.2.3. EVENTOS INSTITUCIONALES

8.2.3.1 Eventos Académicos-Científicos

El Hospital realiza diferentes tipos de eventos académicos y actualizaciones médicas con el fin de convocar a profesionales del sector salud para proyectar el portafolio de servicios de la Institución, fortalecer y trabajar por la imagen de un Hospital Docente Asistencial y en permanente generación de conocimientos.

La planeación, ejecución y evaluación de los eventos realizados en la Institución, son responsabilidad directa del área de comunicaciones con el apoyo de las diferentes servicios y empresas que se convoquen y quieran aliarse.

8.2.3.2 Eventos a la Comunidad

El Hospital, con el fin de proyectarse hacia la comunidad, realiza una serie de actividades de educación, promoción de la salud y prevención de la enfermedad para la comunidad en general.

- **Charlas con la comunidad:** espacios de educación a los usuarios, familias y comunidad en general en temas actuales de salud y en compañía de la orientación de un Especialista. Son libres y gratuitos para la población de cualquier edad. En este caso, el comunicador debe convocar y realizar la logística completa para el evento: refrigerios, presentación, registro fotográfico y la posterior divulgación o si es virtual, el enlace, donde conectarse el especialista y lo que necesite en el momento de la charla.
- **Jornadas de Salud:** en compañía del Plan de Intervenciones Colectivas, el comunicador se encargará de concretar la logística y divulgación de las jornadas de salud que se realicen, con el objetivo de divulgar el portafolio de servicios y ofrecer espacio de prevención a la comunidad en general.

8.2.4. VOZ DEL USUARIO

8.2.4.1 Buzones de sugerencias

Dentro de la E.S.E. existen “buzones de sugerencias” ubicados en todos los servicios, con el fin de hacer una escucha activa de lo que el cliente externo desea expresar respecto a los servicios y la atención recibidos; esta herramienta es administrada por la Oficina de Atención al usuario, la cual se encarga de recopilar la información y dar trámite a las respuestas cuando haya lugar.

De igual manera, en la página web del Hospital, se encuentra disponible el aplicativo de PQRSDF para que los usuarios puedan interponer sugerencias, quejas, reclamos, denuncias o felicitaciones con la opción de hacer seguimiento con el número de radicado que el sistema arroja al usuario.

8.2.4.2 Rendición de Cuentas

El objetivo de este espacio es permitir la interacción de la Gerencia con la comunidad, para mantener una relación cercana y garantizar el acceso a la información. La Rendición de Cuentas, da claridad de la gestión institucional y la transparencia en los procesos internos. Se debe procurar que la comunidad esté informada sobre aspectos como: prestación del servicio, nuevos proyectos, programas, inversiones, avances, entre otros. Además, se debe garantizar que sea un espacio de retroalimentación y que los usuarios puedan contar con un formato donde manifestar su percepción sobre la atención y los servicios prestados.

El área de comunicaciones debe estar al tanto de la organización, logística, desarrollo y posterior evaluación en compañía del Comité de Rendición de Cuentas. Igualmente, debe garantizar amplia divulgación para contar con una asistencia masiva y poder compartir dicho espacio con la mayor cantidad posible de personas.

8.3. MEDIOS DE COMUNICACION INTERNA

Los medios de comunicación utilizados en la Institución son la herramienta de divulgación de las diferentes políticas, programas, campañas y logros internos. Todos ellos deben cumplir con los lineamientos de Imagen corporativa contenidos en el Manual de Imagen Institucional y procurar que alcancen todos los públicos y áreas posibles.

8.3.1 Instahmua

Canal interno de comunicación en Instagram para funcionarios. Esta cuenta es privada y de acceso único para funcionarios vigentes del Hospital. El contenido es creado desde el área de comunicaciones a partir de las necesidades de las áreas y servicios de la Institución.

8.3.2 Intranet:

El Hospital cuenta con una Intranet que aloja información Institucional, con el fin de ser una herramienta de información para los funcionarios del HMUA. Este sitio es administrado por el área de comunicaciones en cuanto a sus contenidos e imagen institucional. En cuanto a la documentación es enviada por el área de calidad.

Esta plataforma debe actualizarse de manera permanente e incentivar a todos los funcionarios, para que ingresen y puedan conocer toda la información que se publica.

8.3.2. Material Audiovisual

El Hospital dispone de material audiovisual que debe ser elaborado y actualizado por el área de Comunicaciones. Se debe garantizar que contenga información relevante y pueda distribuirse en los diferentes medios de comunicación y para todos los públicos.

8.3.3. MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Es una guía para el manejo coherente en la identidad gráfica de la Institución. La buena utilización y acatamiento de las normas que aquí están descritas contribuirán a preservar el patrimonio visual de nuestro Hospital. Su finalidad es la unificación de criterios de aplicación en símbolos, logotipos, señalizaciones, colores, diseño de papelería, pintura locativa, impresos, volantes, pendones, avisos, entre otros.

El comunicador deberá velar por el cumplimiento de las normas y la buena utilización de imagen corporativa. Además, deberá garantizar la divulgación de dicho manual para que todas las áreas puedan consultarlo y tenerlo presente.

8.3.4 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRESENCIALES

8.3.4.1 Inducción y Reinducción

El Hospital cuenta con un programa de inducción y reinducción para el personal vinculado y no vinculado a la Institución, el cual se encuentra documentado. Dicho proceso se realiza de manera presencial y virtual.

- **Presencial:** el área de comunicaciones debe apoyar y estar presente en el espacio que Talento Humano le asigne, tanto para personal vinculado como para estudiantes. El objetivo es divulgar la información general del Hospital, el trabajo de imagen institucional y el manual de comportamiento y buen trato.
- **Virtual:** el Hospital cuenta con una plataforma virtual de educación continua que ofrece capacitaciones permanentes en temas médicos e institucionales y sirve de herramienta de Inducción y Reinducción. El área de comunicaciones

debe estar actualizando la plataforma, las presentaciones y publicitando su ingreso en apoyo con el área de Talento Humano.

8.3.4.2 Grupos primarios

Los Grupos Primarios son un espacio de comunicación y participación interna que buscan la consolidación de la cultura organizacional. Se realizan bimensualmente en todas las áreas del Hospital y su finalidad es garantizar un adecuado y oportuno flujo de información entre todos los integrantes, además de ser una herramienta útil para la socialización de las directrices, políticas y decisiones institucionales.

8.3.5 Campañas, programas y estrategias institucionales

Las campañas institucionales se realizan con el objetivo de trabajar y socializar temas centrales y muy importantes en el Hospital. Se destacan por la divulgación permanente y el posicionamiento de cada una con todos los funcionarios.

8.3.5.1 Estrategia de Servicio HMUA con Pasión

La Estrategia de Servicio en el Hospital; HMUA con Pasión, está soportada en los programas de Humanización y Cuidando al Cuidador con los que cuenta la Institución desde las áreas de Mercadeo y Ventas y Talento Humano.

La Estrategia hace parte fundamental de la comunicación Institucional con los diferentes públicos, teniendo en cuenta que todo comunica, siendo la relación directa con usuarios internos y externos la manera de comunicación más importante al generar experiencias memorables en la Institución.

El área de comunicaciones apoya la difusión de información para el fortalecimiento de la estrategia de servicio y los programas que lo acompañan.

8.3.5.2 Campañas Institucionales

El Hospital cuenta con 13 campañas institucionales agrupadas en tres grupos para su divulgación y afianzamiento entre los funcionarios y de esta manera, mejorar desde la apropiación los procesos internos. En este sentido se realizan 3 grandes actividades al año apoyadas por comunicaciones y lideradas por el Jefe responsable de cada campaña.

9. MECANISMOS DE DIVULGACIÓN

El presente Manual se divulgará mediante:

Plataforma de capacitaciones
Piezas o información en los medios de comunicación del Hospital

10. MECANISMOS DE EVALUACIÓN:

El presente Manual se evalúa con el cumplimiento de las actividades planeadas en el POA Anual.

11. DOCUMENTOS RELACIONADOS:

Estrategia HMUA con Pasión
Programa Humanización
Programa Cuidando al Cuidador
Manual de Identidad Corporativa
Manual de comportamiento y Buen Trato
Manual de Lenguaje Claro
Manual de Presentación Personal

12. ANEXOS

No aplica

13. BIBLIOGRAFIA

No aplica