

PLAN DE COMUNICACIONES 2023

INTRODUCCIÓN

La ESE Hospital Carisma tiene como propósito fortalecer su imagen institucional, por ello de la mano de comunicaciones se plantea mejorar algunos de sus procedimientos teniendo en cuenta que la comunicación es el eje transversal a todos sus procesos; y el presente documento es un referente para mejorar los procesos comunicacionales tanto internos como externos.

A través de los procesos de comunicación pública y los sistemas de información, apoyados de las TIC's se espera promover la transparencia en la gestión. Saber qué comunicar, cómo comunicar, cuándo comunicar y a través de qué canal hacerlo, no es una tarea fácil, pero sí, una de las claves para tomar decisiones asertivas y estratégicas que permitan establecer relaciones abiertas y claras mediante espacios de participación.

El Plan Estratégico de Comunicación de la E.S.E. Hospital Carisma, se encuentra articulado al Plan de Desarrollo Institucional 2020 – 2023 y tiene como propósito implementar acciones comunicativas para demostrar la transparencia de nuestros procesos misionales e incentivar a la apropiación, posicionamiento y fidelidad de la marca en el público interno y externo, generando en todo momento entornos de comunicación confiables, amigables y seguros.

La utilización de los canales de comunicación serán los medios para desarrollar campañas que permitan dar a conocer la planeación estratégica, productos y servicios. Además, de hacer análisis del entorno para reaccionar a tiempo a las exigencias del medio.

1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis realizado a continuación es específicamente comunicacional, sin estar desligado del análisis institucional que se encuentra en el Plan Institucional de la vigencia 2020-2023

1.1 Matriz DOFA

Debilidades

- Rotación de empleo de comunicación
- Poco presupuesto para mejoras de comunicación interna y externa

- Falta de análisis de datos, rastreo de usuarios en los diferentes medios y medición de estrategias
- Poca gestión de marca
- Falta de dinamismo y poca interacción con público externo en redes sociales
- Falta de equipo humano para fortalecer los procesos comunicacionales

Fortalezas

- Estructura de medios digitales disponible
- Equipo de trabajo interdisciplinario
- Portafolio de servicios diversificado que permite contar con programas para la promoción, prevención y atención de las conductas adictivas y patología dual

Oportunidades

- Necesidades de información de promoción y prevención de conductas adictivas en el medio.
- Entornos digitales para realizar participación ciudadana
- Disponibilidad de usuarios para validar la calidad de nuestros servicios como estrategia de comunicación
- Apoyo de equipo de comunicación de la gobernación de Antioquia.

Amenazas

- Aumento de competencias con modelos de atención similares al nuestro
- Precaria disponibilidad de herramientas de comunicación para llegar a usuarios.
- Ruido externo por comunicación, tanto interna como externa, poco asertiva.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer las directrices que se deben considerar para desarrollar la comunicación de la E.S.E Hospital Carisma con sus usuarios internos y externos facilitando:

- El flujo de información oportuna y veraz entre los clientes internos y los procesos de la entidad.
- La comunicación con el usuario y su familia.
- La comunicación con los proveedores y la comunidad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Diseñar estrategias que propendan por la eficacia y mejora de la comunicación, la cultura y calidad en el servicio prestado a los pacientes.

Público objetivo

La ESE Hospital Carisma tiene una planta de cargos, contratistas, tercerizados, estudiantes que realizan labores individuales en los servicios prestados por la ESE Hospital Carisma y un público externo directo que son sus usuarios y familiares.

Junta Directiva. Se caracterizan por tener un vínculo con la Institución, ya sea este administrativo o asistencial, tienen en común una educación superior y una actitud comprometida para el desarrollo del bienestar del Hospital. Constituida por 6 miembros; Gobernador o su delegado; jefe de la Dirección Seccional de Salud del Departamento o su representante; un representante de la asociación de usuarios del Hospital; un representante de los profesionales del área de la salud de la Institución, cualquiera que sea su disciplina; un representante de las asociaciones Científicas de las diferentes profesiones de la salud que funcionen en el área de influencia geográfica de la ESE

Servidores: Está representado por los empleados que laboran en el Hospital Carisma, distribuidos en la parte administrativa y asistencial en su mayoría. Además de éste se encuentra el personal contratado por prestación de servicios específicos

de acuerdo a diferentes necesidades. Se caracterizan por ser mayores de edad, con profesión u ocupación de acuerdo a la naturaleza del cargo, libres de discriminación racial, económica, política y religiosa. Contratados según normatividad exigida por Ley para cargos de periodo fijo, libre nombramiento y remoción, carrera administrativa y provisionales.

Familia servidores: Son personas que tienen un vínculo sanguíneo o cercano con los funcionarios de la institución.

Jubilados: Es un grupo de personas que cumplieron con los requisitos de tiempo laboral y edad para su jubilación, y su relación se basa en el pago de mesadas, un aporte por bienestar laboral para actividades.

Público Externo

Como una entidad pública descentralizada del Departamento, que presta servicios especializados en salud mental, promoción, prevención y tratamiento en relación con la farmacodependencia y conductas adictivas, su público general se amplía a todo individuo que haga parte de un grupo social, puesto que las enfermedades de salud mental y adicción son consideradas una problemática social.

Usuarios: Todo tipo de personas que presenten una necesidad de servicio o atención en el hospital, están en todos los rangos de edades, sexo, nivel educativo, social, económicos y políticos. Sin embargo la mayoría de los usuarios atendidos son población pobre y vulnerable del Departamento.

Comunidad: Es el público directo e indirecto que habita en Colombia y el mundo, que no solo poseen un contacto con el hospital, como vecinos o usuarios, sino que pueden ser un público potencial, ya sea como usuario, proveedor, estudiantes, empleado, entre otros.

Proveedores: El Hospital Carisma presenta una gran variedad de proveedores por la compra de medicamentos, productos de laboratorio, artículos de oficina y papelería, equipos técnicos, reparación, mantenimiento, entre otros necesarios para el buen funcionamiento de la institución.

Gobierno: Son nuestros entes gubernamentales La Nación, el Departamento y Municipios del Área Metropolitana, comité Departamental de Prevención de Drogas, los cuales presentan una relación directa con el Hospital por su carácter público, donde sus políticas connotan con el funcionamiento y direccionamiento de la entidad.



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

Estudiantes: Personas de diferentes instituciones educativas cuyas disciplinas de estudio pueden ser aplicadas en diversas áreas.

Competencia. Todas aquellas instituciones que prestan servicios de salud mental, promoción, prevención y tratamiento en relación con la farmacodependencia y conductas adictivas, descritas algunas en análisis del entorno externo.

Clientes: Son todas las entidades que representan los diferentes regímenes de salud contributivo, subsidiado, vinculado, especiales, ARL y entidades de salud que requieren servicios de salud mental, promoción, prevención y tratamiento en relación con la farmacodependencia y conductas adictivas.

Medios de Comunicación: Son el público que nos posibilita informar a toda la comunidad sobre los actos y acontecimientos que presenta el Hospital, en Antioquia y Colombia.

2. DIAGNOSTICO EN COMUNICACIONES

La E.S.E Hospital Carisma, es una entidad pública con 28 años ofreciendo servicios especializados en salud mental, manejo y tratamiento de adicciones a sustancias psicoactivas en Antioquia. Para identificar los procesos de comunicación se tuvo en cuenta un cuestionario general realizado en visitas a todas las áreas de la institución y con ello reconocer el estado actual.

2.1 Proceso de Comunicación.

El proceso básico de comunicación es cuando en el mismo una persona “emisor” se pone en contacto con otra “receptor” a través de un mensaje (el cual es enviado por medio de un canal) y espera que esta última dé una respuesta ante lo que se le ha transmitido.

En la ESE Hospital Carisma existe un procedimiento de comunicación documentado, actualizado que permite visualizar las etapas de planeación, ejecución, seguimiento y ajustes y la inclusión de políticas de MIPG en los procedimientos internos, especialmente frente a la dimensión de comunicación e información.



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

2.2 Manual de Imagen Corporativa

Un manual de imagen corporativa, es el documento que define y presenta los ejemplos de cómo debería verse el logotipo de la institución, así como todos los elementos gráficos que lo acompañan, (Tipografías, color, diagramación, etc.)

Se tiene un manual de imagen corporativa actualizado, sin embargo, es importante plasmar su nuevo logo en señalización en la sede principal y vallas.

2.3 Canales de Comunicación

Reuniones Informativas. Espacio de comunicación para informar, educar, reflexionar, tomar decisiones. Son reuniones administrativas, asistenciales o académicas realizadas con público interno o externo, las cuales son registradas mediante acta y/o registro de asistencia.

Se tiene disponibles diferentes áreas de reunión. Oficinas de gerencia y subgerencia, auditorio Epifanio Mejía, entapetado y aulas de capacitación.

Comités: Los comités son reuniones formales, que permiten una comunicación verbal y directa cara a cara para fortalecer el trabajo en equipo, existen los comités obligatorios por Ley constituidos mediante acto administrativo convocado según especificaciones establecidas en su creación. Existen los comités de:

- Comité de gerencia
- Comité de Ética
- Comité de Farmacia y Terapéutica
- Comité de Seguridad y Vigilancia Epidemiológica
- Comité de historias clínicas
- Comité Docencia servicio
- Comité Hospitalario de Emergencias (CHE)
- Comité de Bienestar Social
- Comité Ambiental (GAGAS)
- Comité de Desempeño Institucional – MIPG
- Comité de COPASS
- Comité de Compras
- Comité de Comisión de Personal
- Comité Técnico de Sostenibilidad del sistema contable
- Comité de Convivencia Laboral
- Comité de Conciliación



Cada comité tiene presidente y secretario, quien elabora un acta formal de la reunión. La revisión del cumplimiento de los comités está a cargo del jefe de control interno.

Correspondencia.

Un medio tradicional administrado con el software SAIA, para comunicados oficiales internos y externos. Este medio es gestionado por el área de Administración de Documentos. Comunicaciones acompaña con el estilo de imagen e información de contacto de la institución en caso de variaciones.

Por auditoria de revisoría fiscal, es necesario modificar la plantilla en SAIA de comunicaciones con el Nit de la institución y adicional el indicativo 604 al número telefónico.

Canales directos con usuarios.

PQRSDF, encuestas de satisfacción, buzón de sugerencias, reuniones con usuarios y familias, línea de atención, rendición de cuentas, escuela saludable, Grupos de Apoyo, material educativo impreso. Canales manejados por la subgerencia científica, la oficina de atención al usuario e intermediación de Asucarisma.

Es necesario automatizar el procedimiento dando radicado a las PQRS desde el registro en web y SAIA que permita rastrear por el usuario el estado de su petición.

Correo Institucional

Es el medio digital de comunicación interna con el dominio @esecarisma.gov.co que permite una comunicación y remisión de archivos para el desarrollo de funciones de los servidores. Este medio es gestionado por el área de Informática. La oficina de comunicaciones acompaña el canal de comunicación con el diseño y envío de firma digital al nuevo servidor o responsable del correo electrónico.

Sistema Telefónico

Es el medio tradicional telefónico que nos permite comunicación interna y externa. Este medio es gestionado por el área de Informática.



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

Sistema de Parlantes.

La ESE Hospital Carisma cuenta con un sistema de parlantes internos que permite comunicación corta auditiva a todas las áreas. Este sistema opera de manera centralizada en el primer piso y no está conectado al sistema telefónico, que posibilite uso descentralizado y programación de mensajes para darle más utilidad institucional.

Wallpaper

Son las imágenes que aparecen en los fondos de escritorio de las computadoras. La activación de estas serán un trabajo conjunto con el área de informática. Estas piezas apoyan el proceso de difusión de campañas. Sin embargo actualmente sólo pueden ser visualizadas de manera automática por equipos con Windows 10 en adelante, lo que limita la cobertura de usuarios.

Spark

Aplicativo en el sistema para mensajes cortos entre usuarios de computador. Este medio es gestionado por el área de informática para uso abierto de usuarios con equipos de cómputo. Es una herramienta importante para transmitir archivos y mensajes individuales y masivos.

Carteleras

Las carteleras permiten socializar mensajes cortos sobre programas, proyectos, eventos y campañas internas y/o externas. Se tienen carteleras físicas ubicadas en primer piso 2, una para usuario y otra para servidores y segundo piso 1 carteleras para servidores.

No se visualizan carteleras digitales.

Boletín informativo Carisma al Día

El boletín informativo Carisma al Día, es una publicación institucional dirigida a servidores, en este medio se comparte información de las diferentes áreas de como:

avances de proyectos, logros, resúmenes de eventos, cronograma de capacitaciones, productos y servicios e información de interés.

Esta publicación es redactada y diseñada por el área de comunicaciones, se acoge a la línea gráfica institucional y tiene una periodicidad de publicación acorde con los tiempos y necesidades de la entidad, se difunde a través del correo electrónico, su contenido no supera una página tamaño carta.

Intranet

La Intranet es un canal de comunicación para colgar procesos, procedimientos, manuales, formatos e instructivos de uso exclusivo en la institución y que sirve para comunicar asuntos de interés interno. Normalmente, funciona como un micrositio alojado en la web que incluye contenido relevante para un público específico, crea comunidad e impulsa la cultura organizacional.

La ESE Carisma durante el 2021 diseño y programó la intranet que se encuentra preparada para asignación de usuario y lanzamiento.

Página WEB.

La página web www.esecarisma.gov.co es el sitio virtualmente oficial, su optimización y usabilidad es crucial para que el usuario nos encuentre fácilmente en los buscadores de internet y se lleve una buena experiencia al encontrar la información que necesita a pocos clics. Página Web | Cercano, informativo y formal

Es importante realizar una revisión periódica de contenidos existentes en la página web frente a los lineamientos normativos de Gobierno Digital y la dimensión del Modelo Integrado de Planeación y Gestión en cuanto a comunicación y acceso a la información. Paralelamente se podrá mejorar la arquitectura del sitio, crear espacios de información y participación ciudadana visibles, mejorar las palabras claves (SEO) en cada uno de los archivos que esta contiene, para mejorar orgánicamente nuestra presencia en internet e incluir los requisitos AA de accesibilidad de contenidos.

Redes Sociales

Los canales virtuales de Carisma cruzan diferentes dimensiones lo que significa que se entrelazan con la vida real de los seguidores o usuarios. Es un reto para la estrategia comunicacional lograr que los contenidos publicados lleguen de manera efectiva y sensibilicen a la ciudadanía sobre el consumo de sustancias psicoactivas, la oferta de servicios y gestión de Carisma frente a la prevención de conductas adictivas.

Facebook. La ESE Hospital Carisma tiene una cuenta en Facebook ESE Hospital Carisma donde se publica información relacionada con los logros de gestión, plan de desarrollo, boletines de prensa, ruedas de prensa y actos protocolarios, oferta de servicios, espacios de conocimiento e historias de vida que validen nuestro que hacer el cambio social. Desde allí se proyectan E-card e infográficos de promoción de servicios. Crónicas en video y fotografías. Foros en formato Facebook Live donde nuestros profesionales hablan sobre temas de interés en materia de salud mental y adicciones. Alianzas con otras entidades públicas de la salud mental para que compartan nuestros enlaces y participen en nuestros estos espacios. Historia en Facebook. Facebook | cercano, emocional e informativo

Twitter. La ESE Hospital Carisma tiene una cuenta en Twitter ESE Hospital Carisma @ese_carisma donde se publica información relacionada con los logros de gestión, plan de desarrollo, boletines de prensa, ruedas de prensa y actos protocolarios, buscando generar conversación mediante Hashtag. Twitter | formal e informativo

Instagram. La ESE Hospital Carisma tiene una cuenta en Instagram ESE Hospital Carisma donde se publica información relacionada con los logros de gestión, plan de desarrollo, boletines de prensa, ruedas de prensa y actos protocolarios, buscando generar conversación mediante Hashtag. Instagram | cercano, emocional e informativo.

YouTube. La ESE Hospital Carisma tiene una cuenta en you tube ESE Hospital Carisma donde se publica videos institucionales, noticiosos, testimoniales y promocionales. YouTube | cercano e informativo.

Google. Tener presencia en Google permite que nuestros usuarios encuentren nuestros servicios con mayor facilidad y vayan a cualquiera de nuestros canales de comunicación, sea la página web, Facebook, YouTube y Twitter.

Desde Google Business se crearán publicaciones de oferta de servicios y ubicación, teniendo en cuenta las palabras claves de como nuestros usuarios nos están buscando en internet.

Las búsquedas por google aportan al top mind de la ESE Hospital Carisma, en la que se puede analizar las búsquedas directas de los usuarios y las indirectas de clientes que buscan productos o categorías similares. Google | Informativo, conciso.

3. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES

3.1 Objetivo general y Específicos

General:

Fortalecer la imagen y la razón de ser de la ESE Hospital Carisma como una entidad que contribuye al mejoramiento de la salud mental y la calidad de vida de pacientes y allegados.

Específicos:

- Generar estrategias de comunicación asertiva que permitan evidenciar los objetivos misionales, la gestión administrativa y asistencial, para incentivar la cultura organizacional y mejorar el posicionamiento institucional.
- Fidelizar la marca a través de los diferentes medios de comunicación
- Identificar diferentes mecanismos de divulgación y promoción, para dar a conocer a los usuarios, las familias y la comunidad los avances y mejora del hospital con respecto a la calidad de la atención en salud.
- Generar conexiones internas y externas que propendan por el mejoramiento del clima organizacional.
- Fortalecer los canales de comunicación interna, para garantizar la difusión de la información institucional.
- Promover redes sociales que permitan mantener el posicionamiento del Hospital con la comunidad



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

3.2 Estrategias y Acciones de comunicación: Se dará continuidad al plan 2022 fortaleciéndolo con algunas nuevas propuestas que incluyen diseño, programación, contenido y temporalidad:

MEDIO	TEMPORALIDAD	FECHA	CONTENIDO
Boletín Interno "Carisma al día"	Mensual	Primer viernes de cada mes.	Actualidad noticiosa del hospital. Perfil de un servidor Registro de actividad hecha con pacientes. Noticia Asucarisma Otros.
Carteleras informativas	Mensual	Primer Martes de cada mes se actualizará	Mensajes cortos sobre programas, proyectos, eventos y campañas internas y/o externas
Buzón de sugerencias	Quincenal	Primera semana y tercera semana se hace revisión del buzón	Se diseñará un formato para los usuarios el cual estará dispuesto en el buzón.
Sistema interno de sonido	2 Veces a la semana	(Lunes y Viernes)	Saludo y avisos de interés general
Programa Radial Unidos por Antioquia	Quincenal – Pregrabado *En algunos momentos podemos estar invitados en vivo (Miércoles)	Lunes	Serie de noticias informativas de interés general. Positivas y humanas (especialistas, pacientes, familias)



Redes Sociales Instagram, Facebook, Twitter	3 Veces a la semana	L-M-V	Mensajes de sensibilización, educativos, información general del hospital, campañas, participación en eventos, fechas especiales.
Youtube			Historias de vida, talleres de pacientes, sensibilización de especialistas). Se realizará una serie inicial de 5 videos de 1'30".
Página Web	Lunes a viernes		Información institucional
Sistema de televisión interna	Lunes a viernes		Sin fin con campañas y video.

Además de las actividades enunciadas anteriormente, se realizará:

- Freepress: Generar contenido de valor para medios.
- Brochure (Portafolio de servicios): Buscar encuentros con I.E públicas y privadas – Bienestar Institucional (Diálogos, conversatorios en los cuales esté presente un paciente contando su historia como una acción de sensibilización y prevención: “¿Quién soy, para dónde voy, de dónde vengo?”).
- Fortalecer alianzas interinstitucionales
- Slogan: Importante contar con un slogan que acompañe el logo
- Video con líderes de las áreas: Presentar su área o entregar información a la comunidad.

- Hastag: # Una Ilusión para la vida
- Buscar espacio en un canal de televisión para retomar programa propio
- Realizar Podcast
- Facebooklive
- Fortalecimiento al sentido de pertinencia de los empleados (Campañas: Ahorro de energía, uso de elementos de protección personal)

3.3 Público Objetivo

- ✓ Públicos interno: Empleados, Contratistas, tercerizados
- ✓ Público Externo: Usuarios, familiares, visitantes, entidades de interés y comunidad en general.

3.4 Políticas Asociadas a Comunicaciones

Política de Contenido Informativo

La ESE Hospital Carisma se compromete a generar acciones de comunicación veraz y oportuna que apoyen la ejecución de programas en todas las áreas de la entidad, que permitan un acercamiento con los diversos públicos y lograr su posicionamiento en el mercado como una institución referente en salud mental, con énfasis en el manejo de conductas adictivas, reconocida por la atención integral, segura y humanizada para las personas y ecosistemas.

Política de seguridad y privacidad de la información

La dirección de la E.S.E. Hospital CARISMA, entendiendo la importancia de una adecuada gestión de la información, se ha comprometido con la implementación de un sistema de gestión de seguridad de la información buscando establecer un marco de confianza en el ejercicio de sus deberes con el Estado y los ciudadanos, todo enmarcado en el estricto cumplimiento de las leyes y en concordancia con la misión y visión de la entidad.

Para la E.S.E. HOSPITAL CARISMA, la protección de la información busca la disminución del impacto generado sobre sus activos, por los riesgos identificados de manera sistemática con objeto de mantener un nivel de exposición que permita responder por la integridad, confidencialidad y la disponibilidad de la misma, acorde con las necesidades de los diferentes grupos de valor identificados.

De acuerdo con lo anterior, esta política aplica a la Entidad según como se defina en el alcance, sus funcionarios, terceros, aprendices, practicantes, proveedores y la ciudadanía en general, teniendo en cuenta que los principios sobre los que se basa el desarrollo de las acciones o toma de decisiones alrededor del SGSI estarán determinadas por las siguientes premisas:

- Minimizar el riesgo en las funciones más importantes de la entidad.
- Cumplir con los principios de seguridad de la información.
- Cumplir con los principios de la función administrativa.
- Mantener la confianza de sus clientes, socios y empleados.
- Apoyar la innovación tecnológica.
- Proteger los activos tecnológicos.
- Establecer las políticas y procedimientos en materia de seguridad de la información.
- Fortalecer la cultura de seguridad de la información en los funcionarios, terceros, aprendices, practicantes y usuarios de la E.S.E. HOSPITAL CARISMA.
- Garantizar la continuidad del negocio frente a incidentes.

Política de Gobierno Digital.

El Gerente de la E.S.E. Hospital CARISMA y sus colaboradores se comprometen a establecer procesos internos, seguros y eficientes a través del fortalecimiento de las capacidades de gestión de tecnologías de información y las comunicaciones, habilitando servicios digitales de confianza y calidad, empoderando a los usuarios, funcionarios, ejecutores, docentes, estudiantes, proveedores y la ciudadanía en general a través de un entorno digital confiable. Favoreciendo la toma de decisiones a partir del uso y aprovechamiento de la información compartida, esto con el fin de consolidar una entidad competitiva, proactiva, e innovadora en ese entorno de confianza digital.

Objetivos de la política

1. Establecer procesos internos, seguros y eficientes a través del fortalecimiento de las capacidades de gestión de tecnologías de información y las comunicaciones.
2. Habilitar servicios digitales de confianza y calidad.

3. Empoderar a los usuarios, funcionarios, ejecutores, docentes, estudiantes, proveedores y la ciudadanía en general a través de la consolidación de un entorno digital confiable.
4. Favorecer la toma de decisiones a partir del uso y aprovechamiento de la información.

Indicadores

- Establecimiento de procesos internos, seguros y eficientes a través del fortalecimiento de las capacidades de gestión de tecnologías de información.
- Provisión de servicios digitales de confianza y calidad.
- Decisiones basadas en datos a partir del aumento del uso y aprovechamiento de la información.
- Empoderamiento a los usuarios, funcionarios, ejecutores, terceros, docentes, estudiantes, proveedores y la ciudadanía en general.

Política editorial y actualización de contenidos

Esta política establece las características que deben considerar las dependencias al momento de publicar contenidos generales en medios electrónicos, la cual deberá complementarse con las indicaciones que señalen el Departamento Administrativo de la Función Pública y el Departamento Nacional de Planeación -en el marco de la iniciativa de “Lenguaje Ciudadano”- y del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.

Los contenidos deben ser entendibles, agradables y de fácil uso.

- No se deben usar siglas sin que al pie se especifique su significado.
- No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.
- No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres *itálicos*) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- Se deben seguir las reglas sintácticas y gramaticales.
- Los contenidos publicados deben ser vigentes, relevantes, verificables, completos, que genere algún beneficio a los ciudadanos y que no dé lugar a interpretaciones erradas. De igual forma, se debe evitar cualquier tipo de
-



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

distorsión o interpretación tendenciosa de la información que va a ser publicada en medios electrónicos.

- Ofrecer sólo aquellos contenidos que se tenga completa seguridad en términos de veracidad de los mismos. En caso de ofrecer contenidos tomados de un tercero ajeno a la Entidad, se debe incluir la fuente de donde fueron tomados.
- Cuando se publique información en forma de artículos, la información debe provenir de fuentes totalmente confiables. Si la fuente no es totalmente confiable o si no se tiene certeza de la fuente de donde proviene, la información debe ser corroborada al menos con tres (3) fuentes adicionales, identificando las fuentes al final del artículo.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben estar acordes con los textos. Cuando este tipo de material sufre algún tipo de tratamiento técnico (ejemplo: montajes, composición, transparencias, etc.), se debe indicar claramente en el pie del material que éste ha sido tratado y ha sufrido modificaciones de su versión original.
- Antes de ofrecer los contenidos, se debe validar la vigencia y calidad de los mismos.

Los contenidos no deben ser ofensivos ni discriminatorios:

- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social.
- Los contenidos que se provean no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de sectores en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.
- No se deben utilizar regionalismos o frases coloquiales que son de uso común en algún lugar del país pero que en otras regiones pueden ser consideradas ofensivas.

Los contenidos deben mantener la privacidad:

- No se deben ofrecer contenidos de procesos sancionatorios en trámite, en la medida en que los mismos pueden estar reservados conforme a la ley. En el caso de antecedentes penales o disciplinarios, sólo se ofrecerán contenidos cuando se trate de antecedentes definitivos, en los casos en que aplique, se deberán
-



GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA



UNIDOS

E.S.E Hospital Carisma, línea única de atención 6050233

Sede Hospitalaria Cra.93 N° 34 A 01, barrio Belencito. Sede Ambulatoria Cra. 81 N° 49-23, barrio Calasanz

www.esecarisma.gov.co

mantener actualizados y se excluirán nombres de las personas cuando los antecedentes dejen de tener vigencia.

- En los casos en que se solicite información de los particulares, se aclarará que la misma sólo será utilizada para los fines para los cuales se solicita la información y que no será divulgada a terceros sin consentimiento de quien suministra la información, salvo en los casos previstos por la ley colombiana.

Los contenidos deben observar el derecho de autor de propiedad intelectual:

- La protección del derecho de autor se aplica sobre los textos, imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico, sonoro o visual y los programas informáticos y bases de datos.
- Cualquier material de este tipo que sea tomado de alguna fuente externa a la Entidad debe ser considerado como una cita textual, por lo cual debe ir entre comillas dobles (“...”) y se debe incluir la referencia del lugar donde fue tomada la cita, con al menos, los siguientes datos: autor(es), libro u otra fuente del cual fue tomada, fecha de publicación.
- La protección de los derechos de propiedad intelectual y propiedad industrial se observarán en lo relativo a marcas, nombres comerciales, logos, enseñas, lemas, nombres de dominio, secretos empresariales, saber-hacer, diseños industriales, patentes, modelos de utilidad y derecho de autor.

3.5 Contenido Informativo

Este contenido es un acercamiento a la información que se estará reportando en los diferentes canales de comunicación, según público y contenido, el cual este sujeto a cambios de manera permanente.

PUBLICO	CONTENIDO	TEMAS	FUENTE
A público Interno.	Las campañas informativas sobre temas específicos, priorizados en coordinación con los procesos institucionales, se manejarán como	Plan de desarrollo y POA. Plataforma estratégica (misión, visión, valores)	Desarrollo Institucional
		Políticas y riesgos Institucionales	Gerencia
		Proyectos institucionales	Proyectos
		Procesos y procedimientos, cambios	Desarrollo Institucional
		actividades de los comités	Rte Comités

	"mensajes tipo campaña", que se repetirán en diferentes épocas del año, orientados a divulgar y facilitar la interiorización de comportamientos y actitudes que favorezcan el cumplimiento de los objetivos institucionales	Gente con carisma. fechas especiales del mes. personal que ingresa o se retira de la entidad. ausencias temporales y quién las cubre	Recursos Humanos
		Capacitaciones y actividades de bienestar	Recursos Humanos
		Plan Hospitalario de Emergencias. Ruta evacuación, sistema de llamado, simulacros, alertas.	Comité de emergencia
		Sistema de Salud y Seguridad en el Trabajo. Autocuidado, Orden y aseo, uso tapabocas, lavado de manos, pausas activas, Prevención de incidentes y accidentes de trabajo.	SST
		Responsabilidad con el medio ambiente. Cero papel, Manejo residuos sólidos. Cuidado de los recursos institucionales	Servicios generales - GAGAs
		Transparencia y Delitos contra la Administración Pública	jurídica
		contrataciones	Juridica
		Austeridad en el gasto	Subdirección Activa
		Recomendaciones para el manejo de los sistemas de las TICs	Sistemas
		Trámites empleados y de usuarios	Subd científica
		Manos limpias, atención segura	Subdirección científica
Eventos institucionales con empleados o usuarios.			
A Público Externo	Se realiza labor informativa de interés general de servicios, trámites y promoción y	Portafolio de Servicios	Proyectos
		Derechos y deberes de los usuarios	Subd. científica
		Reglamento para las visitas	Subd. científica
		Manual de convivencia	Subd. científica



prevención al público externo	Listado de pertenencias	Subd. científica
	Ruta de acceso a los servicios ambulatorio y hospitalario	Subd. científica
	Tarifas	Subd. Administrativa
	Utilización del buzón de quejas, reclamos y sugerencias. Resultados de satisfacción de los usuarios.	Atención al usuario
	Balance, estado de resultados y ejecución presupuestal.	Contabilidad
	Participación en Rendición de Cuentas a la Comunidad	Desarrollo Institucional
	Noticias sobre salud mental y drogas. Campaña de prevención del uso de la pólvora	Subd. Científica
	horarios de actividades o trámites. Modificación.	Subd. Científica
	Información sobre grupos de apoyo. actividades psicoeducativas	Subd. Científica
	Testimonio de pacientes	Subd. Científica
	Actividades de Asucarisma	Asucarisma

	Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Firma			
Nombre	Paula Andrea Mejía Salazar	Comité de Gerencia	William Andrés Echeverri
Cargo	P.U. Comunicaciones		Gerente

