



# **Hospital Regional de Sogamoso E.S.E.**

**Hospital Regional de Sogamoso E.S.E.  
Plan de servicio y/o proceso: PLAN ESTRATÉGICO DE  
COMUNICACIONES**

 Hospital Regional de Sogamoso E.S.E.	<b>Hospital Regional de Sogamoso E.S.E.</b> <b>Proceso:</b> Comunicaciones y posicionamiento Institucional <b>Subproceso:</b> Comunicaciones y posicionamiento Institucional <b>Plan de servicio y/o proceso:</b> PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	<b>Código</b>	A-CP-CP-PS-01
		<b>Fecha</b>	2024-09-17
		<b>Versión</b>	3

<b>Estratégico</b>	<b>Misional</b>	<b>Apoyo</b>	<b>Evaluación y control</b>
--------------------	-----------------	--------------	-----------------------------

## OBJETIVO GENERAL

Contribuir con el cumplimiento de la misión y visión del Hospital Regional de Sogamoso E.S.E., gestionando de forma efectiva y oportuna la comunicación interna y/o externa, promoviendo información clara frente a los procesos, servicios, planes, programas, proyectos y/o novedades de los mismos, que sea de interés para los diferentes grupos de valor, a través de los canales y medios de comunicación oficiales y de cobertura en la región.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer las estrategias comunicativas que permitan establecer una comunicación interna y externa oportuna y efectiva, propendiendo posicionar la Institución de manera favorable en la región.
- Difundir información pública y de interés a los grupos de valor sobre los servicios y nuevas tendencias en salud a través de diversas estrategias y canales de comunicación que aporten al cumplimiento de las metas institucionales.
- Promover la comunicación asertiva dentro de los procesos institucionales, permitiendo a cada uno de los colaboradores conocer de forma clara y veraz los procesos de la institución.

## ALCANCE

El Plan de Comunicación del Hospital Regional de Sogamoso E.S.E. tendrá alcance a todos sus grupos de valor internos y externos, tales como colaboradores, usuarios, clientes, proveedores, comunidad, entes de control, medios de comunicación, entre otros, quienes accederán a la información institucional.

Este se inicia con la necesidad de comunicación y culmina con su seguimiento, evaluación de eficacia y mejoramiento.

## MARCO LEGAL Y/O TEÓRICO

- **Ley 1712 de 2014**, por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y tiene como objetivo principal regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.
- **Ley 44 de 1993**, la cual modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944, sobre derechos de autor.
- **Ley 1680 de 2013**, "Por la cual se garantiza a las personas ciegas y con baja visión, el acceso a la información, a las comunicaciones, al conocimiento y a las tecnologías de la información y de las comunicaciones".
- **Decreto 1078 de 2015**, Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (Tiene actualización del 2023)
- **Decreto 1083 de 2015**, Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Función

Pública. Desde el Art. 2.2.22.1.1 al Art. 2.2.23.4. (Tiene actualización del 2023)

- **Circular 01 de 2019** de la Presidencia de la República, "Manejo y uso de redes sociales."
- **Ley 2345 de 2023**, "por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".

## DEFINICIONES

**Oficina de comunicaciones:** La Oficina Asesora de Comunicaciones es la unidad de apoyo encargada de la imagen institucional, el protocolo, las relaciones públicas tanto internas como externas, y la ejecución de actividades de difusión.

**Comunicación externa:** Incluye todas las comunicaciones dirigidas al público externo, con el objetivo de mantener informados a todos los usuarios, proyectando de manera óptima la imagen corporativa de la institución.

**Comunicación interna:** Se refiere a las actividades realizadas dentro de una organización para mantener buenas relaciones entre los miembros de la entidad, mediante la circulación de mensajes a través de diversos medios y canales de comunicación establecidos.

**Estrategias de comunicación:** Estas estrategias se fundamentan en una herramienta diseñada para coordinar acciones comunicativas internas, que contribuyan a consolidar procesos institucionales, y externas, orientadas a informar sobre el progreso de los planes, programas y proyectos.

**Imagen corporativa:** La imagen corporativa es la percepción que se tiene de una institución, representando lo que la empresa significa, es un ejercicio dirigido a influir en la percepción del espectador, siendo nuestra carta de presentación y la primera impresión que el público tendrá de nosotros, esta debe comunicar nuestra personalidad a través de la imagen.

**Canales de comunicación:** Los canales de comunicación son el soporte mediante el que se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor. Circulares, internet, teléfono, e-mail, WhatsApp, redes sociales, entre otros.

**Página web:** Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet.

**Contenidos:** El contenido es plasmar una idea que deseas compartir con el resto del mundo, escritos, imágenes, videos, entre otros, que, como marcas, empresas o simplemente anunciantes, podemos darles a los usuarios para que estos obtengan información práctica sobre un tema en particular.

**Información:** La información es irreversible, nadie puede alterar la información que ha comunicado a otros, tanto si lo ha hecho voluntaria como involuntariamente.

**Boletín de prensa o comunicado oficial:** Texto informativo remitido a los medios por parte de una persona o entidad pública o privada con el fin de obtener su publicación, este comunicado contiene información que la institución considera relevante y se envía, generalmente, acompañada de material gráfico y en algunos casos auditivo.

**Transversalidad:** se refiere a la integración y coordinación de estrategias comunicativas en todos los niveles y áreas de una organización, este enfoque asegura que los mensajes sean coherentes y alineados con los objetivos generales, permitiendo una comunicación fluida y efectiva tanto internamente como externamente.

**Difusión:** se refiere a ampliar el alcance y la visibilidad de lo que se quiere comunicar, generando conciencia, interés y participación del público objetivo.

**Fuente:** se enlaza con la Real Academia de la Lengua, para efectos de la Gestión de Sistemas de Calidad, el alcance de un mensaje difundido en distintos medios pretende llegar a los ámbitos naturales y de manera no forzada, el contenido es perdurable y de alto valor.

**Campaña de publicidad gráfica:** se trata de la comunicación visual efectiva, en distintos formatos, mediante el color utilizado para la recordación de una marca o para comunicar una emoción, las distintas fuentes tipográficas, la composición de elementos, la fotografía y otras herramientas más que están comprometidas en el desarrollo de una pieza publicitaria de cualquier tipo.

**Pieza gráfica:** Es una composición en diseño que puede variar de acuerdo a su formato y necesidades.

**Campaña audiovisual:** Se refiere a las diferentes tipologías y técnicas audiovisuales (imagen y sonido) que definen una estrategia y sus objetivos, con el fin de aumentar tráfico en sitios web y redes de la marca, incrementar su notoriedad en el mercado, promocionar sus productos o incrementar.

**Pieza audiovisual:** es una muestra mediante imagen y sonido, donde se resaltan las virtudes de la marca y se optimiza la comunicación logrando un impacto efectivo en el consumidor. Debe contener un storytelling (Arte de contar historias. Narrativa estructurada para comunicar mensaje).

**Noticia:** Relato que se refiere a un hecho novedoso o no muy común, o la relación entre hechos novedosos y/o atípicos, ocurridos dentro de una comunidad o en un determinado ámbito específico.

**Publicación:** Acción que consiste en llevar cierta información al conocimiento público.

**Sitio web institucional:** conjunto de páginas web agrupadas bajo el dominio <https://www.hospitalsogamoso.gov.co/>

**Redes sociales:** Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes, a través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.

**Canales digitales:** Plataformas como correo electrónico, y grupos de trabajo oficiales de WhatsApp.

**Canales de comunicación de emergencia:** Herramientas y plataformas para difundir información rápidamente durante una crisis, medios oficiales del Hospital, redes sociales, circuito cerrado de audio, grupos de WhatsApp.

## DIAGNÓSTICO Y/O SITUACIÓN ACTUAL

Actualmente, el hospital carece de un sistema estructurado para identificar y comunicar las necesidades de información anual, lo que ha generado serias ineficiencias en la ejecución de campañas comunicativas tanto internas como externas.

Esta falta de coordinación y comunicación entre las áreas asistenciales y administrativas resulta en una transmisión de información lenta y desorganizada, que a menudo deja a los usuarios sin el conocimiento adecuado sobre los procesos al momento de realizar diversas acciones, afectando la calidad de la atención.

Es imperativo que los procesos del Hospital Regional de Sogamoso se documenten de manera rigurosa, siguiendo procedimientos estandarizados que aseguren que cada funcionario opere bajo parámetros de alta calidad, con el fin de ofrecer la mejor atención en salud.

En cuanto al área de comunicaciones, es esencial que, al inicio de cada año, se identifiquen y planifiquen eficientemente las estrategias, actividades, planes y programas necesarios para implementar campañas de comunicación efectivas, al adoptar esta metodología, no solo se mejorará la organización y ejecución de los objetivos comunicativos, sino que también se obtendrá una visión clara de los requerimientos específicos de cada área, garantizando así una alineación coherente y efectiva de los esfuerzos de comunicación durante todo el año.

Comunicación Interna Limitada

- **Problema Identificado:** La comunicación interna entre los diferentes servicios del hospital es deficiente.
- **Causa:** Falta de lineamientos específicos y establecidos por parte del nivel administrativo.
- **Impacto:** Dificultades en la coordinación y colaboración entre los distintos departamentos y servicios del hospital.

### Falta de Cultura en la Solicitud de Piezas Comunicativas

- **Problema Identificado:** No se ha desarrollado una cultura de solicitud anticipada de piezas comunicativas como videos, imágenes, programas, y cobertura de eventos.
- **Causa:** Los líderes, funcionarios y colaboradores no solicitan con tiempo lo necesario para desarrollar una comunicación efectiva.
- **Impacto:** Dificultades para planificar y ejecutar estrategias comunicativas de manera eficiente y efectiva.

### Falta de Equipos Tecnológicos para Producción Audiovisual

- **Problema Identificado:** El hospital no cuenta con equipos tecnológicos adecuados para la producción audiovisual.
- **Causa:** Ausencia de inversión en equipos tecnológicos específicos para comunicación y producción

audiovisual.

- **Impacto:** Dependencia de las herramientas propias de los contratistas, lo cual puede limitar la producción comunicativa.

#### **Baja Motivación entre los Trabajadores**

- **Problema Identificado:** Se observa poca motivación entre los trabajadores del hospital.
- **Causa:** Reflejada en la baja interacción y reacciones en las publicaciones de redes sociales del hospital.
- **Impacto:** Percepción de baja pertenencia institucional, lo cual puede afectar negativamente el clima laboral y la efectividad en la comunicación interna y externa.

#### **Recomendaciones**

Para mejorar la situación actual del Hospital Regional de Sogamoso, se pueden considerar las siguientes acciones:

##### **Establecer Lineamientos de Comunicación Interna**

- Desarrollar y comunicar políticas claras para mejorar la comunicación entre servicios.
- Implementar reuniones periódicas entre servicios para fomentar la colaboración y el trabajo en equipo.

##### **Fomentar la Cultura de Solicitud Anticipada de Piezas Comunicativas**

- Capacitar a los líderes y colaboradores en la importancia de la planificación anticipada de las comunicaciones.
- Crear un sistema de solicitud formal para la producción de piezas comunicativas.

##### **Adquirir Equipos Tecnológicos Adecuados**

- Invertir en la compra de equipos tecnológicos necesarios para la producción audiovisual.
- Crear un departamento de comunicación equipado y capacitado para manejar las necesidades audiovisuales del hospital.

##### **Mejorar la Motivación de los Trabajadores**

- Implementar programas de reconocimiento y recompensas para incentivar la participación y el sentido de pertenencia con el área de Talento Humano.
- Promover actividades que fortalezcan el espíritu de equipo y el compromiso institucional.

##### **Diagnóstico de comunicación externa**

Falta de conocimiento por parte de los diferentes funcionarios y trabajadores sobre los diferentes procesos del hospital

- **Problema Identificado:** Los funcionarios del hospital no tienen un conocimiento claro sobre los procesos internos, lo que dificulta la comunicación con los usuarios a través de redes sociales, ya que al preguntar sobre las inquietudes de los usuarios a las personas indicadas no siempre se brinda la información correcta o completa.
- **Causa:** La falta de capacitación y actualización continua sobre los procesos y protocolos del hospital, además, la información no se comunica de manera efectiva a todos los empleados.
- **Impacto:** Esto genera respuestas inexactas o incompletas a las consultas de los usuarios en redes sociales, lo que disminuye la confianza en la institución y afecta la reputación del hospital.

##### **Falta de entrega de puesto al ingresar nuevas personas al hospital**

- **Problema Identificado:** No se proporciona una inducción adecuada o una entrega de puesto formal para los nuevos empleados.
- **Causa:** Ausencia de un protocolo de inducción estandarizado para nuevos empleados que detalle las funciones y la información esencial del puesto.
- **Impacto:** Los empleados adquieren conocimientos de manera informal y a medida que transcurre el tiempo, lo que genera ineficiencias en el desempeño laboral y confusión en la atención al usuario, esto puede traducirse en una percepción negativa de la calidad de atención por parte de los usuarios.

##### **Falta de empatía por parte de algunos trabajadores**

- **Problema Identificado:** Algunos trabajadores del hospital no muestran empatía en su trato hacia los usuarios ni compañeros, afectando la calidad de atención.
- **Causa:** Posiblemente, la falta de formación en habilidades blandas, alta carga laboral, estrés, o desmotivación

laboral.

- **Impacto:** La falta de empatía deteriora la experiencia del paciente, puede aumentar las quejas y reducir la satisfacción del usuario, afectando así la imagen del hospital como una institución que se preocupa por el bienestar de sus pacientes.

### **Desconocimiento de información uniforme por parte de los funcionarios de diferentes áreas**

- **Problema Identificado:** Los empleados de distintas áreas del hospital no tienen un conocimiento homogéneo sobre los programas y procedimientos, lo que provoca desinformación entre los usuarios.
- **Causa:** Falta de comunicación interna efectiva y de un sistema de información accesible y centralizado que permita a todos los empleados estar al tanto de las políticas, programas y procedimientos actualizados.
- **Impacto:** Esto puede llevar a que los usuarios reciban información contradictoria o incorrecta, generando confusión, desconfianza y posibles conflictos, además, afecta la imagen de profesionalismo y coordinación que debería proyectar el hospital.

## **RECURSOS, MATERIALES, INSUMOS Y EQUIPOS**

### **1. RECURSOS, MATERIALES, INSUMOS Y EQUIPOS**

#### **1.1. Recursos Humanos**

- **Personal de Comunicación:**
  - Líder de Comunicaciones.
  - Especialistas en comunicación interna (Talento Humano)
  - Community Manager.
  - Diseñadore gráfico.
  - Productores de contenido (fotógrafos, videógrafos).
  - Coordinadores de eventos.

#### **1.2. Recursos Financieros**

- **Presupuesto para Comunicación:**
  - Fondos destinados a la adquisición de equipos tecnológicos.
  - Presupuesto para campañas publicitarias y de marketing.

#### **1.3. Materiales e Insumos**

- **Materiales de Papelería:**
  - Papelería personalizada (sobres, hojas membretadas, tarjetas de presentación).
  - Materiales para carteles y señalización interna.
  - Papelería para impresiones de diversas especificaciones
  - Impresora a color
- **Materiales Promocionales:**
  - Folletos informativos.
  - Carteles y banners.
  - Materiales promocionales
  - Diseños impresos en los servicios
- **Materiales para Eventos:**
  - Estructuras para stands.
  - Equipos para la decoración de eventos (mantel, banderas, etc.).

#### **1.4. Equipos Tecnológicos**

- **Hardware:**
  - Computador de alto rendimiento.
  - Micrófonos y equipos de sonido
  - Impresora a color
  - Cámara
  - Dron.
- **Software:**
  - Programas de edición de video y fotografía con licencias (Adobe Creative Suite: Photoshop,

- Premiere Pro, After Effects).
- Software de diseño gráfico (Illustrator, InDesign, Corel, Canva).

• **Plataformas Digitales:**

- Página web oficial del hospital.
- Perfiles en redes sociales (Facebook, X, Instagram,).

**1.5. Matriz de canales o medios de comunicación e información internas y externas**

No	Canal o medio	Comunicación e información interna	Comunicación e información externa
1	Redes sociales: Facebook, X, Instagram		X
2	Página web	X	X
3	Circuito de Audio	X	
4	Circuito cerrado de TV	X	
5	Boletines de prensa	X	X
6	Canal de Youtube	X	X
7	Eventos institucionales	X	X
8	Piezas audiovisuales comunicativas	X	X
9	Cartelera	X	
10	Grupos de WhatsApp Oficiales	X	

**DESARROLLO DEL DOCUMENTO**

**1. Mecanismos y/o condiciones para apoyar campañas informativas desde los diferentes procesos hacia diferentes grupos de valor**

**1.1. Estrategia de semáforo de información piramidal SIP**

Implementar en el Hospital Regional de Sogamoso ESE la estrategia de Semáforo de Información Piramidal -SIP-, con el propósito de suministrar información veraz y confiable de forma oportuna al cliente interno y externo.

La estrategia consiste en tener en cuenta los pasos de la pirámide que permitirán emitir la información de manera precisa, oportuna y con la aprobación pertinente por parte de los líderes y de la gerencia, para proporcionarla de manera correcta por los medios pertinentes.

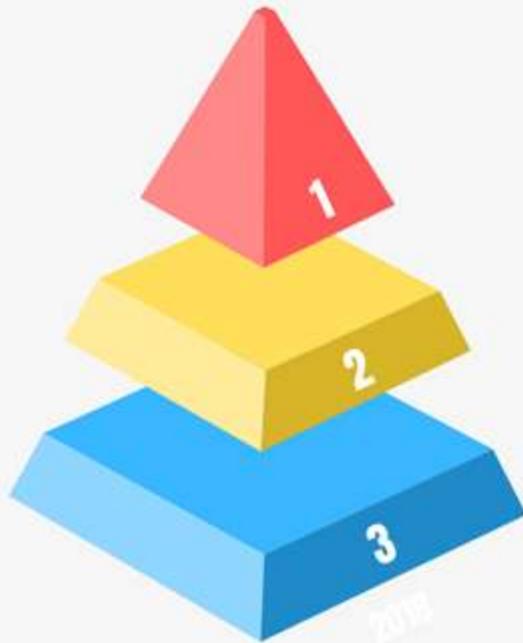
Dentro la estructura de divulgación de información de manera general es importante cumplir a cabalidad con los siguientes puntos:

1. Solicitar el cubrimiento, estrategia, pieza comunicativa y/o difusión de la información etc al área de comunicaciones, mínimo una semana antes de la actividad.
2. El área de comunicaciones se encargará de realizar la mejor estrategia comunicativa dependiendo de la información suministrada por el solicitante.
3. Las piezas comunicativas realizadas por el área de comunicaciones serán presentadas al líder de proceso, a la Sub Gerencia según corresponda o a la Gerencia según el caso, para su aprobación final y publicación.

## Semáforo de información piramidal



**Hospital Regional de Sogamoso E.S.E.**  
Un Hospital en el que puedes confiar



Para todas las solicitudes de apoyo al área de comunicaciones por parte de líderes, funcionarios y otros colaboradores, será obligatorio diligenciar "El formato de solicitud al área de comunicaciones", este formato deberá contener toda la información necesaria para la correcta elaboración y ejecución de los productos comunicativos requeridos, además, es imprescindible que estas solicitudes se realicen dentro de los plazos establecidos en nuestra pirámide de tiempos, garantizando así una entrega oportuna y una adecuada difusión de la información, cumplir con estos procedimientos es fundamental para asegurar la eficiencia y efectividad en nuestras comunicaciones.

### 1.2. Etapas de proceso de creación de piezas comunicativas

Para garantizar una comunicación efectiva y precisa tanto interna como externa, es crucial contar con información clara, veraz y detallada, que permita seleccionar las piezas comunicativas más adecuadas y desarrollar contenidos que sean entendibles y memorables para nuestra audiencia.

La colaboración en proporcionar información precisa es esencial para lograr nuestros objetivos de comunicación y asegurar que el mensaje llegue de manera efectiva.

#### Rutas del Proceso de Solicitud de Piezas Gráficas

Para garantizar la efectividad y calidad en nuestras comunicaciones, es fundamental seguir los lineamientos establecidos a continuación, se detallan las rutas que deben seguirse según la necesidad:

**Ruta 1: Diseño de Piezas Comunicativas (informativas internas y externas):** (Fechas especiales, cubrimiento de eventos, imágenes de capacitaciones, imágenes de servicios, etc.)

- La solicitud debe realizarse con **mínimo 8 días de anticipación** mediante el formato de solicitudes de comunicaciones.
- Los diseños serán **aprobados por los líderes** que los soliciten antes de su publicación o a las **subgerencias** correspondiente.

#### Ruta 2: Elaboración de Piezas de Video y Audios:

- Las solicitudes se deben realizar **con mínimo 8 días de anticipación** a través del **formato de solicitudes**

**de comunicaciones.**

- Los contenidos serán **aprobados por los líderes solicitantes y por las subgerencias** administrativas correspondientes.
- La aprobación final debe realizarse en un **plazo de 24 horas** por las **subgerencias** correspondientes.

**Ruta 3: Elaboración de piezas Comunicativas para Impresión** (Rutas de atención, fichas de códigos de atención, infografías, dotaciones etc) Deben estar **documentadas y aprobadas por el área de calidad con el documento codificado y versionado** según corresponda

- Tras la **aprobación de calidad**, el líder enviará la solicitud a la subgerencia correspondiente con todas las especificaciones necesarias (cantidad de impresiones, ubicación, etc.).
- Las **subgerencias** deben remitir la solicitud al área de comunicaciones **con mínimo 10 días de anticipación**.
- Una vez finalizadas, las piezas comunicativas se enviarán al área de **calidad para la respectiva aprobación**.
- La aprobación final la realizaran las subgerencias correspondientes y la Gerencia en un término de **24 horas**.

**Para los eventos que necesitan cubrimiento:** Se deben reportar todos los viernes antes de las 4:00 p.m. o, como máximo, 3 días antes del evento.

**1.2. Componente de Comunicación Interna**

La comunicación interna en el Hospital Regional de Sogamoso es esencial para construir un sólido sentido de pertenencia y fomentar una colaboración efectiva entre todos los funcionarios y colaboradores, el propósito es asegurar el cumplimiento de los objetivos institucionales, satisfacer las necesidades y expectativas de los públicos de interés, y mejorar el ambiente laboral.

Actúa como la columna vertebral que dirige la difusión de políticas e información dentro de la institución, garantizando que todos comprendan claramente los objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos. La comunicación interna debe consolidar una imagen corporativa basada en la ética, eficiencia y transparencia, demostrando el compromiso con la integridad y la correcta gestión pública.

Cada miembro del personal, independientemente de su tipo de contratación, tiene el deber de contribuir a la comunicación interna, sin embargo, es el equipo directivo quien debe liderar este esfuerzo, asegurando no solo la correcta difusión de la información, sino también la creación y mantenimiento de una visión compartida centrada en la transparencia, la eficiencia institucional y la humanización.

Considerando el análisis de necesidades de comunicación consolidado de parte de los procesos institucionales se establece como programación de este componente las siguientes acciones:

COMUNICACION INTERNA																							
ACTIVIDAD	FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE		
Noticias mas importantes del mes en la web			x			x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Boletines de prensa página web			x		x		x		x		x		x		x		x		x		x		x
Información en el sistema de audio y condolencias cuando se requiera				x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Programación de videos en el circuito cerrado de Tv		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Correos electrónicos y/o actualización de carteleras cuando se requiera				x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	
Difusión de información institucional en grupos oficiales				x		x		x		x		x		x		x		x		x		x	

**1.3. Componente de Comunicación Externa**

La comunicación externa en el Hospital Regional de Sogamoso juega un papel crucial en la construcción y mantenimiento de una imagen positiva y en la promoción de los servicios de la institución, su función principal es informar a la comunidad y a los diferentes públicos de interés sobre los servicios ofrecidos, los logros y las novedades del hospital, a través de diversos canales de comunicación establecidos.

La comunicación externa asegura que los pacientes, proveedores, instituciones gubernamentales y el público en



**CONTROL DE CAMBIOS**

<b>Control de Cambios</b>			
<b>Versión</b>	<b>Fecha</b>	<b>Elaborado / Actualizado por:</b>	<b>Descripción del cambio</b>
01	2022-04-06	Yesmin Tibocho	Elaboración y emisión del Plan
02	2023-10-24	Johana A Chipatecua	Actualización del Plan en actividades y en nombre dado que se establece general para todas las comunicaciones tanto internas como externas.
03	2024-09-17	Johana A Chipatecua	Actualización Plan y nueva Estructura de Calidad
<b>Control de Emisión</b>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>
Johana A Chipatecua		Andrea Milena Benítez Malaver	Erika Natalia Sánchez Medina
<b>Cargo:</b>		<b>Cargo:</b>	<b>Cargo</b>
Líder de Comunicaciones		Asesor Planeación Institucional	Subgerente Administrativa y financiera

**Documentos asociados**

<b>Clase</b>	<b>Código</b>	<b>Nombre</b>	<b>Versión</b>
Formato		CIRCULAR INTERNA Y EXTERNA	1
Formato		DIPOSITIVAS HOSPITAL	1
Formato		HOJA MEMBRETE HRS	1
Formato	A-CP-CP-FT-01	CONSENTIMIENTO INFORMADO TOMA DE VIDEOS Y FOTOGRAFIA	1
Formato	A-CP-CP-FT-02	FORMATO DE SOLICITUDES AL AREA DE COMUNICACIONES	1
Formato	A-CP-CP-FT-03	A-CP-CP-FT-03 FORMATO DE IDENTIFICACION DE NECESIDADES DE COMUNICACION ANUAL	1
Formato	A-CP-CP-FT-05	REGISTRO DE PIEZAS Y PRODUCTOS COMUNICATIVOS	1