

	PROCEDIMIENTO	CODIGO:CHS-PR-069
	Comunicación Externa	VERSION:001
		MGMV-Mercadeo y comunicaciones

1. OBJETIVO

Garantizar un proceso de comunicación transversal integrado dirigido al público externo de acuerdo al plan de mercadeo y a los requerimientos particulares de los procesos internos asegurando el uso adecuado de los canales de comunicación externa.

2. ALCANCE

Inicia con la elaboración del plan de comunicaciones, hasta la ejecución de las estrategias dirigidas al público externo de cada unidad de negocio (Pacientes, cliente asegurador, médicos especialistas, entidades gubernamentales, medios de comunicación, accionistas).

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Asesoría: Servicio que suministra el área de Comunicaciones a cualquier área de CHRISTUS SINERGIA Salud, con relación a la comunicación que debe ser suministrada al usuario final.

Campaña: Es el conjunto de estrategias que se tienen como objetivo para dar a conocer un producto o servicio determinado; está diseñada para impactar en un grupo y promover la cultura organizacional.

Comunicación Externa: Es encarga de desarrollar actividades dirigidas a crear, mantener o mejorar la relación con el público objetivo, proyectar una imagen positiva y promover los productos, servicios o una actividad de la institución.

Comunicación Interna: Todas las actividades realizadas por la organización, para crear y mantener las relaciones entre sus miembros, a través del buen uso de los diferentes medios de comunicación existentes en la organización.

Comunicación Organizacional: Herramienta de trabajo que permite dar a conocer el Direccionamiento Estratégico y su objetivo principal en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de esta, con los de su personal y con la sociedad. Siempre debe tener un significado y fin trascendente y hacerse de acuerdo a los procesos.

Evento (crisis): Un incidente o situación, que ocurre en un lugar durante un intervalo de tiempo y se evidencia su materialización por la interrupción de la continuidad de la operación y/o afectación de los atributos de calidad. Es la materialización del riesgo.

Evento social o académico: Se refiere a una actividad social, académica o de ley de cierta relevancia en la cual que se desea comunicar un tema.

Freelance: Profesionales y expertos en diversas áreas (comunicadores, diseñadores, ilustradores, correctores de estilo) que realizan algún trabajo para el departamento de Comunicaciones y por esta labor reciben honorarios implicando una relación contractual. Quien realice esta labor debe seguir las políticas generales y definidas por Comunicaciones de CHRISTUS SINERGIA Salud en cuanto a estilo, lenguaje y manejo de imagen.

Publicación: Revelación, manifestación y divulgación de la información empresarial referente a los productos o servicios del Sector Salud. Las publicaciones pueden ser físicas o virtuales como: adhesivos, afiches, aviso de prensa, carné, botones, boletín de prensa, portafolios, fotografías profesionales, cartillas, archivos descargables, plegables, guía de usuario, invitación, pendón, plantilla presentación, reimpresión, tarjetas, videos, volantes, boletines de prensa, revistas entre otros medios.

Sherpa: Pruebas de impresión, tanto de papel como de color.

4. DOCUMENTOS

4.1 FORMATOS

Solicitud de comunicaciones nacionales (este formato no existe, se hace a través de un correo electrónico).

4.2 DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS

Manual de gestión de crisis en comunicaciones (En construcción)[1]

Manual de comunicaciones (En construcción)[2]

Manual de identidad visual corporativa (Actualmente existe, pero no está codificado por y para uso interno del área).

Política de comunicación CHRISTUS SINERGIA Salud (Hace parte del manual)

[1] Esto hace alusión a la crisis o activación de medios en puntos específicos de la empresa.

[2] Esto hace alusión al proceso de comunicación y las estrategias.

5. NORMAS

5.1 PLANEACIÓN DE LAS COMUNICACIONES

5.1.1 Generalidades

Todas las comunicaciones de CHRISTUS SINERGIA Salud deben tener en cuenta los lineamientos dados en el documento política de comunicaciones.

La información y los mensajes expresados a través de los procesos de comunicación deben ser consecuentes con la actuación empresarial.

La comunicación siempre tiene un significado y fin trascendente y se hace de acuerdo a los procesos.

Los procesos de comunicación y los medios institucionales se desarrollan de acuerdo a los lineamientos definidos desde CHRISTUS SINERGIA Salud.

El mensaje, la información y el público determinan el medio a utilizar. Estos medios pueden ser virtuales, físicos, audiovisuales o presenciales.

La comunicación formal es base fundamental de los planteamientos en aras de controlar y minimizar espacios en los que se puedan generar rumores o desinformación.

Las necesidades de comunicación deben ser informadas a Comunicaciones por el líder del área o proceso quince (15) días hábiles antes al evento que se requiera comunicar / informar. Esta solicitud se debe realizar por correo electrónico confirmado.

Las personas encargadas de solicitar servicios de comunicaciones de acuerdo al público al que va dirigido o al tipo de comunicación que se trate son los líderes de la organización. Dicha solicitud se puede realizar a través de correo o con una firma en el documento en físico construido.

La atención de las solicitudes se basa en un estimado de tiempos desarrollado teniendo en cuenta la capacidad de respuesta del área y los recursos disponibles. En caso de que la solicitud incluya desarrollo de medios especiales, ilustraciones o piezas multimedia, flash, entre otros de mediana y alta complejidad, los tiempos del proceso son negociados de manera diferente a la tabla establecida con los tiempos de las piezas clásicas. Los tiempos estimados se describen en el documento solicitud de comunicaciones[1]

5.1.2 Normas Específicas

Comunicaciones debe dar apoyo y asesoría a todas las áreas que requieran sugerencias en materia de comunicación, información, orientación y educación a los públicos externos (Paciente, Asegurador, Médicos especialistas, entidades gubernamentales, etc.) por lo tanto requiere de los insumos informativos que generan los dueños de los procesos y de la información para un desarrollo adecuado.

Solo el área de mercadeo y comunicaciones nacional puede divulgar comunicaciones de manera masiva, quien desee hacer uso de este tipo de comunicaciones debe realizar la solicitud a la Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones por medio del Analista Nacional de Comunicaciones Externas.

Quien desee hacer uso de los servicios de comunicaciones nacional deberá hacerlo a través de un correo electrónico y entregarlo al Analista Nacional de Comunicaciones Externas para la gestión del caso.

Si se presenta el caso que una solicitud de un área usuaria se efectúa y esta se cancela por el área solicitante, el área usuaria debe asumir los costos en los que incurrió el área de Comunicaciones.

En caso de presentarse multiplicidad de solicitudes, tienen prioridad aquellas que impliquen compromisos de CHRISTUS SINERGIA Salud con los entes de vigilancia y control y los de mayor responsabilidad frente a los usuarios. En estos casos los plazos son más flexibles.

Comunicaciones asume el cumplimiento oportuno de la entrega de las publicaciones siempre y cuando el área solicitante cumpla debidamente con la entrega efectiva de los insumos necesarios, de lo contrario la solicitud puede ser devuelta al área usuaria.

5.2 GESTIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

5.2.1 Creación de diseños físicos y virtuales.

Publicaciones físicas: Comunicaciones remite al proveedor de artes gráficas la solicitud a través de correo electrónico, donde definen las especificaciones del trabajo. Una vez el proveedor atiende la solicitud, crea y presenta el borrador del mismo.

Publicaciones virtuales: Comunicaciones remite a Medios Virtuales por correo electrónico, las especificaciones del trabajo. Una vez el proveedor atiende la solicitud, crea y presenta el borrador de la publicación.

Publicaciones audiovisuales: Comunicaciones trabaja Copys y Brief con el área solicitante. Se envía la solicitud al proveedor para que presente un borrador.

5.2.2 Publicaciones impresas.

Cuando el tipo de pieza solicitada requiera cotizaciones, el área de comunicaciones debe remitirse a lo requerido en el documento [proceso compras](#).

Los costos que se generen para la producción y envío de material en caso de requerirlo, deben ser cargados al centro de costos del área solicitante.

Comunicaciones recibe un cuadro comparativo de cotizaciones para elegir el proveedor de impresos y posteriormente enviar el diseño final para su impresión.

Los envíos de las comunicaciones físicas deben ser gestionados directamente entre el área solicitante y el área logística acorde a lo descrito en el documento [PR Logística](#).

Es requisito que el proveedor de impresos envíe una prueba del trabajo para su aprobación. Si se dan correcciones finales de color, textos o cambios simples, se debe realizar antes de la producción. Dichas correcciones se realizan en la sherpa y teniendo en cuenta los tiempos establecidos.

5.3 APROBACIÓN, AJUSTES Y CORRECCIONES DE LAS COMUNICACIONES.

El Analista Nacional de Comunicaciones Externas y el área solicitante realizan los ajustes en caso de ser requeridos.

El diseño es aprobado tanto por el área de Comunicaciones como del área solicitante a través del correo electrónico o con una firma en el diseño impreso. Bajo ninguna circunstancia el proveedor debe entenderse directamente con el área solicitante salvo expresa autorización de la Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones.

5.4 DIVULGACIÓN DE LAS COMUNICACIONES.

El Analista Nacional de Comunicaciones Externas debe coordinar la distribución de: boletines de prensa, boletines físicos, volantes, afiches, audiovisuales entre, exceptuando las comunicaciones como cartas a usuarios, proveedores, empleadores, equipo comercial y entes de control. En caso de publicaciones virtuales el encargado de la divulgación es Medios virtuales bajo la coordinación de la Dirección Nacional de Mercadeo y Comunicaciones.

El área de comunicaciones es responsable de hacer cumplir las normas legales respecto a las comunicaciones, garantizando que en cada publicación emitida se utilice apropiadamente el logo del vigilado de la Superintendencia Nacional de Salud. Adicionalmente, cada pieza impresa debe llevar el siguiente texto: Departamento de Comunicaciones CHRISTUS SINERGIA Salud. Esto debe ser en letra Arial y el tamaño es el mínimo usado en la publicación.

[1] Se debe construir la tabla de tiempos de respuesta para cada solicitud (según tipo de solicitud)

6. INDICADORES

En construcción

7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

- **CHS-PR-069 Flujograma Comunicaciones**