

1. OBJETIVO:

Garantizar la comunicación efectiva y oportuna tanto en público interno como externo, estableciendo y unificando normas generales aplicables para estandarizar el sistema de comunicaciones del Centro Oncológico de Antioquia.

2. ALCANCE:

Inicia en la definición de los responsables y termina evaluando la efectividad de la comunicación interna que de manera positiva se verá reflejada con el público externo.

3. DEFINICIONES:

- ⌘ **Comunicación efectiva:** Tipo de comunicación con la que se consigue transmitir un mensaje de manera clara, comprensible y precisa, de manera que el mensaje sea entendido y recibido correctamente por el receptor.
- ⌘ **Comité:** Se refiere a un grupo de personas designadas o elegidas para llevar a cabo una tarea específica, resolver un problema o tomar decisiones sobre ciertos asuntos.
- ⌘ **Colegio de Gestión del Riesgo:** Plataforma virtual de ARL Sura la cual es propicia para la promoción, formación y aplicación de conocimientos y prácticas relacionadas con la gestión del riesgo en diferentes contextos de la empresa.
- ⌘ **Liderazgo:** Es un conjunto de habilidades y cualidades que un gerente, coordinador y/o director debe poseer para aplicarlo en la guianza de su equipo de trabajo hacia el logro de metas y objetivos que se tienen en la organización.
- ⌘ **Comunicación prioritaria:** Con esta hacemos referencia a aquella información que se maneja, se procesa y se responde antes que otros mensajes, basándose en su importancia, urgencia o relevancia en un contexto específico.
- ⌘ **Información confidencial:** Es el tipo de información sensible y privada, del cual se pueden obtener datos, conocimientos o detalles que están protegidos y no deben ser divulgados o compartidos sin previa autorización

4. REQUISITOS GENERALES:

Normativos	Recursos necesarios
Joint Commission International Estándares de acreditación - GLD 3.2 El liderazgo del hospital garantiza una comunicación efectiva en todo el hospital.	Talento humano: Gerente, Directores y Coordinadores Dotación: N/A Enfoque diferencial: N/A Elementos requeridos: Microsoft Teams, colegio del riesgo, redes sociales, página web, correo electrónico, comités,

Normativos	Recursos necesarios
	computadores, televisores, carteleras, teléfonos, carnet, entre otros.

5. DESCRIPCIÓN:

5.1 El liderazgo del Centro Oncológico de Antioquia comunica de manera transversal, vertical y oportuna, en ambas direcciones y de manera oportuna, la información importante a través de reuniones primarias del grupo gerencial, los diferentes comités asistenciales, administrativos, los grupos primarios, recursos como comunicados, boletines y notas informativas, fondos de pantallas de los computadores, televisores y redes sociales que existen en la organización.

5.2 El gerente general, los directores y coordinadores de los servicios comunican al personal la visión, misión, objetivos, políticas y planes del hospital a través de medio presencial, virtual en el colegio de gestión del riesgo, correo electrónico y página web. Ver PE-M1-GG PLATAFORMA ESTRATÉGICA

6. DEFINICIÓN DE LA POLÍTICA:

En el Centro Oncológico de Antioquia, creemos firmemente que la comunicación efectiva es fundamental para brindar atención médica de alta calidad, donde los valores y los principios reflejen el compromiso y profesionalismo de todos los colaboradores obteniendo resultados que nos encaminen a la excelencia.

Para esto la política de comunicación efectiva se basa en diferentes principios:

- ⌘ **Claridad y precisión**, donde la información proporcionada a los pacientes y sus familias sea clara, precisa y comprensible.
- ⌘ **Escucha activa**, donde se fomenta una cultura de escucha activa y los profesionales de la salud concentran la atención en sus pacientes y familiares resolviendo preguntas y dudas con sus necesidades.
- ⌘ **Empatía y respeto**, tratamos a todos los pacientes y sus familias con empatía y respeto, reconociendo sus emociones y perspectivas, dando un ambiente de confianza y seguridad.
- ⌘ **Transparencia y honestidad**, comunicamos de manera transparente y honesta los diagnósticos, tratamientos y pronósticos sin ocultar información; explicando con claridad los riesgos y beneficios de cada tratamiento.
- ⌘ **Retroalimentación continua**, valoramos la retroalimentación de los pacientes y sus familias. Utilizamos sus comentarios para mejorar continuamente los servicios y procesos de comunicación.
- ⌘ **Capacitación continua**, proporcionamos capacitación continua a todo el personal en habilidades de comunicación, para asegurar que todos los miembros del equipo estén equipados para interactuar de manera efectiva con los pacientes y sus familias.
- ⌘ **Uso de tecnologías de comunicación**, implementamos herramientas tecnológicas para facilitar la comunicación, como correo electrónico, recordatorios por SMS, etc., asegurando que nuestro paciente tenga acceso a la información y soporte cuando lo necesite.

Para el cumplimiento de la política, el Centro Oncológico Antioquia:

- ⌘ Establece lineamientos de comunicación para ajustar el mensaje a todos los públicos.
- ⌘ Proporciona retroalimentación constructiva de manera respetuosa y específica buscando la mejora.
- ⌘ Usa los canales adecuados (email, reuniones, llamada) para transmitir el mensaje mediante la formalidad.
- ⌘ Mantiene un estilo y tono consistente en todos los mensajes, asegurando que la información sea coherente y actualizada.
- ⌘ Documenta decisiones y acuerdos importantes, dando seguimiento a los compromisos y plazos.
- ⌘ Usa herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación.
- ⌘ Practica continuamente formaciones en habilidades de comunicación efectiva.
- ⌘ Establece mecanismos de medición de efectividad de la comunicación.

7. COMUNICACIONES

El Centro Oncológico de Antioquia es consciente de la importancia de garantizar una comunicación efectiva para proporcionar atención de calidad a los usuarios y garantizar un funcionamiento interno eficiente. La mejora de habilidades de comunicación del personal y aprovechar las tecnologías disponibles y fortalecer los canales de información contribuirá significativamente a la calidad en la atención y la satisfacción de los mismos.

Para ello, el implementar herramientas y estrategias que garanticen la identificación de las necesidades, expectativas e inquietudes, en todos los procesos de atención, garantiza un enfoque diferencial que promueva la integralidad y la igualdad, bajo un espacio incluyente, teniendo en cuenta las particularidades, necesidades y derechos en salud de los usuarios.

Igualmente, la claridad de la información y la transparencia en el acceso a la información por parte de los empleados es vital para el ambiente laboral y garantizar un trabajo en equipo exitoso, por tal motivo la información de tipo institucional se genera de forma descendente, asegurando que los líderes de los procesos la transmitan a sus equipos de trabajo. Así mismo, la línea de los líderes tiene el rol de generar el vínculo entre los empleados y coordinadores. Siendo esto así, todos los colaboradores deben ser responsables por el manejo adecuado tanto de la información como de los medios de comunicación que la institución ha puesto a su servicio.

Mantener estos medios de comunicación a disposición de su público son el eje de acción en comunicación interna y externa, siendo esta una forma responsable, coherente y coordinada.

La metodología que influye en la comunicación maneja las siguientes vías:

- ⌘ **Descendente:** aquí la comunicación fluye desde los niveles superiores de la institución hacia los niveles inferiores. Este tipo de comunicación es fundamental para asegurar a las directrices, políticas y decisiones de la alta dirección, sean comprendidas y ejecutadas por los empleados. Esta

comunicación cuando se maneja de manera efectiva, puede mejorar la eficiencia operativa, aumentar la moral de los empleados y asegurar que todos trabajen hacia los mismos objetivos organizacionales.

- ⌘ **Ascendente:** es el proceso mediante el cual la información fluye desde los niveles inferiores de la institución hacia los niveles superiores. Este tipo de comunicación es crucial para que la alta dirección pueda obtener retroalimentación, entender las preocupaciones y sugerencias de los empleados y tomar decisiones informadas. Con ella se crea una organización dinámica y receptiva, donde sus empleados se sientan valorados y escuchados y donde la alta dirección tome decisiones informadas basadas en la realidad operativa y las necesidades de su personal.
- ⌘ **Horizontal:** también conocida como comunicación lateral, se refiere al intercambio de información entre individuos o departamentos en el mismo nivel jerárquico dentro de una organización. Este tipo de comunicación es fundamental para la coordinación, colaboración y eficiencia operativa. Aquí se permite la colaboración y coordinación entre equipos y departamentos, fomentando un ambiente de trabajo más cohesionado y productivo.

Esta metodología incorpora varios niveles de comunicación con sus respectivos responsables quienes direccionan el mensaje:

Nivel I: GLD 1 – GLD 1.2			
Gobierno Quirónsalud			
Nivel II: GLD 2			
Dirección Ejecutiva Vadín Ángel Ramírez Agudelo			
Nivel III: GLD 3 – GLD 7.1			
Liderazgo del hospital			
Medicina	Enfermería	Administración	Otros
Dirección Médica/Enfermería Jorge Iván Gil Ojalvo		Dirección Administrativa Yessenia Gómez Torres	Oficial de Cumplimiento Diana Cristina Agudelo Henao
Dirección Científica Andrés Yepes Pérez		Dirección Calidad Liliana María Mesa Flórez	
		Dirección Comercial	

		Diana Marcela Fernández Ospina	
		Dirección Financiera Deisy Johana Zapata Naranjo	
		Dirección Infraestructura Alejandra María Isaza López	
Nivel IV: GLD 8 – GLD 11.2			
Directores de departamentos/servicios			
Departamentos clínicos	Servicios Diagnósticos	Farmacia	Servicios Auxiliares
Central Esterilización María Virginia Muñoz Valle	Medicina Nuclear Sharon Leandra Gómez Villegas	Dirección Técnica Luz Stella Arroyave Cañas	Aseo Limpieza y Desinfección Melina Andrea Builes Salcedo
Cirugía – Endoscopia Yakeline Andrea Ramírez Osorio	Imágenes Diagnósticas Maira Alejandra Blanco Cárdenas	Farmacovigilancia – tecnovigilancia Jessica Lorena Zapata	Gestión Ambiental Jessica Cano Acevedo
Consulta Externa Dalia Ramírez Londoño	Laboratorio Synlab Diana Isabel Salazar Correa		Lavandería Melina Andrea Builes Salcedo
Dolor y cuidado Paliativo David Alzate Pareja	Patología Juan David González		Servicio Alimentación – Cocina de Luis Heidy Laura Molina Montoya
Hospitalización Leidy Catalina Zapata Correa	Hemolife – Gestión Pretransfusional Mary Yurani Ballesteros		Vigilancia Alejandra María Isaza López
Quimioterapia Diana Paola Vargas			
Radioterapia David Antonio Mosquera Castro			

Trasplante progenitores hematopoyéticos Viviana Olaya Leidy Valencia Valdés			
UCI/Uci Juan Luis Echeverri Ospina Carol Yulye Marín Rojas			
Urgencias Luis Alejandro Urrego			
GLD 12 – GLD 19			
Cultura de la Seguridad Melina Andrea Builes Salcedo	Ética Hospitalaria Yessenia Gómez Torres	Educación profesional de Atención Sanitaria Yessenia Gómez Torres Jorge Iván Gil Otalvaro	Investigación Clínica Andrés Yepes Pérez Eliana Higueta Hernández

Cada líder es responsable de transmitir el mensaje de manera correcta y apropiada a sus equipos de trabajo y a su vez garantizar la retroalimentación que permite planear estrategias de mejoramiento.

La comunicación en un equipo de trabajo es fundamental para asegurar el éxito y la eficiencia de cualquier proyecto.

En relación con los públicos, el Centro Oncológico Antioquia tiene dos públicos definidos a los cuales se dirige su mensaje, el público interno y externo y para cada uno de ellos define unos lineamientos.

8. EL MENSAJE:

En el Centro Oncológico Antioquia priman unos pilares que rigen la comunicación e identidad y sustentan la forma de actuar, trabajar y hacer las cosas. Dicen cómo somos hoy y cómo vamos a ser en el futuro y nos hacen diferentes y únicos. Cada uno de estos valores engloba actitudes y cualidades que construyen y refuerzan nuestra identidad.

- ⌘ **Las personas:** Nos enfocamos, comprometemos y dedicamos a brindar a nuestros pacientes seguridad, tranquilidad y confianza. La importancia y el respeto que otorgamos a las personas, promueve la comunicación, colaboración y compañerismo que facilita el desarrollo de los

potenciales de cada uno. Nuestra atención personalizada se traduce en una mayor comunicación, cercanía y empatía.

- ⌘ **El equipo:** Creemos en la coordinación e integración de esfuerzos, poniendo lo mejor de uno mismo al servicio de una meta común. Dentro de un marco de responsabilidades compartidas, los profesionales del Centro Oncológico de Antioquia, nos respetamos y desarrollamos nuestra vocación de servicio, autonomía, proactividad y diálogo.
- ⌘ **La pasión:** El compromiso y la implicación de cada profesional nace de querer hacer lo que se debe hacer. En el Centro Oncológico de Antioquia promovemos el valor de la vocación profesional, la pasión en el día a día y la lealtad hacia los valores de la compañía.
- ⌘ **Cercanos:** Nuestra razón de ser es el cuidado de las personas. Por eso, a través de nuestro trato buscamos transmitir cercanía, empatía, calidez y proximidad, ofreciendo accesibilidad, confidencialidad y discreción en todo momento, para generar confianza, respeto y comunicación.
- ⌘ **Profesionalismo:** En nuestra búsqueda de la excelencia a nivel asistencial, contamos con profesionales dotados de la formación, experiencia y competencias necesarias que aseguren la fiabilidad de nuestras acciones, la seguridad para el paciente y el uso responsable de la tecnología.
- ⌘ **Innovación:** Un pensamiento innovador, una mente abierta y una actitud creativa nos propician resultados diferentes, nos permiten evolucionar y ser más eficaces.
- ⌘ **Comprometidos:** Nuestro último fin es mejorar la salud y bienestar de millones de personas. Gracias a nuestra inversión en tecnología, con las técnicas médicas más avanzadas y con nuestra labor de investigación, además de nuestras políticas de respeto y cuidado medioambiental somos capaces de cuidar a las personas y al entorno que nos rodea. Poniendo como fin mejorar la salud y el bienestar de las personas.

En cuanto a la identidad de imagen, usamos imágenes propias donde los protagonistas son los profesionales de la salud, acompañados de apoyo gráfico y jerarquías de diseño.

9. FASES DEL PROCESO

El proceso de comunicación efectiva contempla los siguientes pasos:

- ⌘ **Planeación:** definir el objetivo con claridad, conocer la audiencia y sus necesidades y seleccionar el canal más efectivo de acuerdo a la audiencia.
- ⌘ **Preparación:** recopilar información reuniendo datos y argumentos que respalden el mensaje, con una estructura organizada de manera lógica y coherente y pensando en posibles dudas u objeciones para anticipar respuestas y soluciones.
- ⌘ **Emisión:** Ser claros y directos, evitando información innecesaria, con un lenguaje apropiado asegurando que el receptor pueda hacer preguntas o comentarios.
- ⌘ **Recepción:** escuchar de manera activa, prestar atención y mostrar interés en la respuesta del receptor asegurando la comprensión correcta del mensaje del receptor.
- ⌘ **Evaluación:** analizar las preguntas y reacciones de la audiencia identificando áreas de mejora y ajustar futuras comunicaciones en consecuencia.

- ⌘ **Seguimiento:** revisar y asegurar de que todos los puntos importantes se entendieron y se lleven a cabo proporcionando información adicional y confirmando si es necesario reforzar la información.

Con estas fases permitimos que el proceso de comunicación sea más estructurado y efectivo, aumentando las posibilidades de que el mensaje sea recibido y comprendido correctamente.

En resumen, se deberá definir en:

- ⌘ **QUÉ:** contenido del mensaje, determina qué información se está comunicando. Se debe ser claro, conciso y relevante para el receptor.
- ⌘ **QUIÉN o (S):** emisor o receptor, identifica quien está enviando el mensaje y a quién está dirigido. Son las audiencias o públicos a quienes debe llegar el mensaje.
- ⌘ **CÓMO:** lugar o medio de comunicación para transmitir el mensaje. El entorno o canal adecuado puede facilitar la comprensión y la respuesta.
- ⌘ **CUÁNDO:** momento de la comunicación, decide cuando es el mejor momento para comunicar el mensaje. El momento oportuno puede mejorar la receptividad y el impacto del mensaje.
- ⌘ **EFFECTO O ACCIÓN:** propósito de la comunicación, clarificar por qué se está enviando el mensaje. Entender el propósito ayuda a enfocar el contenido y la forma del mensaje para alcanzar el objetivo deseado. (informar, persuadir, solicitar, etc.)

10. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación efectiva con el público interno de la institución es crucial para garantizar una atención de calidad y un funcionamiento eficiente de la clínica. Mediante la implementación de campañas, programas de capacitación, el uso de tecnologías apropiadas, la estructuración de reuniones y protocolos, el fomento de un ambiente colaborativo y la evaluación continua, se puede mejorar significativamente la comunicación interna.

Con estas mejoras se contribuye a una mejor coordinación del cuidado de los pacientes y al bienestar del personal.

PÚBLICO INTERNO

La comunicación interna del COA, involucra un amplio espectro de personal, incluyendo coordinadores, médicos, enfermeras, administrativos, técnicos y personal de apoyo, sin dejar de lado todo personal que haga parte de la institución de manera indirecta.

MEDIOS INTERNOS

- ⌘ **Chat institucional (Teams):** Se comparte información relevante de la institución por cada jefe o coordinador según corresponda. Es el medio de comunicación más utilizado para compartir o comunicar decisiones internas y externas según el caso.

- ⌘ **Correo electrónico:** Envío de información relevante por medio de E-CARD realizada por el área de comunicaciones con los parámetros y estándares del manual de comunicaciones e identidad, envío de información, eventos o datos de importancia.
- ⌘ **Línea telefónica:** Comunicación interna entre áreas para temas de primera instancia.
- ⌘ **Pantallas digitales internas (televisores):** Contenido de información relevante tanto para el público interno como externo.
- ⌘ **Pantallas Wallpaper (computadores):** Es diseñado por el área de comunicaciones, debe ser claro, conciso y verás. Es publicado por el área de sistemas.
- ⌘ **Página web**
- ⌘ **Reuniones**
- ⌘ **Campañas institucionales**
- ⌘ **Capacitaciones**
- ⌘ **Redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn**
- ⌘ **Boletines**

11. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación del Centro Oncológico de Antioquia es estratégica y se orienta a fortalecer la imagen institucional, promoviendo sus servicios y creando conexiones sólidas con sus pacientes y público en general.

Desde una comunicación proactiva, empática y educativa que fortalece su reputación como institución líder en el ámbito nacional, reconocidos por la humanización y la calidad de los servicios.

Se establecen planes y estrategias que beneficien el posicionamiento de la marca Centro Oncológico Antioquia en los diferentes medios de comunicación como prensa, radio, televisión, permitiendo esto fortalecer la relación con los medios locales, regionales, nacionales e internacionales.

Para estos casos como principal vocero de la institución es el Gerente, seguido por el Director Médico y los diferentes Especialistas quienes son los verdaderos influentes de la salud y quienes transmiten de manera verás y profesional la información en cuanto a salud se refiere.

La gerencia del Centro Oncológico Antioquia, es la dependencia encargada de emitir comunicaciones institucionales a los medios de comunicación y periodistas. Ya que es quien entiende las implicaciones legales y públicas en el momento de suministrar información o hacer declaraciones a audiencias externas.

PÚBLICO EXTERNO

Se define público externo todo receptor del mensaje que no hace parte de la institución. Pacientes y sus familias, proveedores de servicios de salud, la comunidad en general y otros interesados externos. Actualmente el Centro Oncológico se esfuerza por mantener una comunicación clara y accesible optimizando procesos y fortaleciendo sus relaciones externas.

Esta comunicación es fundamental para la institución no solo para asegurar una atención de calidad a sus pacientes, sino también para mantener una relación sólida con el público externo.

Allí se implementan estrategias de transparencia, el acceso a canales de comunicación, programas de educación y concienciación, atención personalizada, participación en la comunidad y la mejora continua basada en el feedback, esto contribuyendo a su reputación y a su misión de cuidar de los pacientes oncológicos con un equipo de profesionales médico, asistencial y administrativo, comprometidos en brindar toda su capacidad técnica y científica de forma humanizada.

MEDIOS EXTERNOS

- ⌘ **Página web:** Canal informativo para los usuarios acerca de procedimientos, agendamiento de citas, conocimiento de especialistas, etc.
- ⌘ **Redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn:** Canal informativo para compartir temas de interés educativo sobre la salud, actividades relacionadas al COA y fechas especiales en salud.
- ⌘ **Videos institucionales:** Medio audiovisual usado de manera educativa e informativa para temas específicos en salud.
- ⌘ **Línea telefónica:** Canal principal para agendamiento de citas.
- ⌘ **Línea preferencial:** Canal de agendamiento de citas y procedimientos para usuarios de medicina prepagada, pólizas y particulares.
- ⌘ **Correo electrónico personal:** Canal para informar acerca de citas o resultados de procedimientos.
- ⌘ **Canales Digitales (televisor):** Contenido de información relevante tanto para el público interno como externo.
- ⌘ **Cartas personales, informes**
- ⌘ **Publicidad**
- ⌘ **Presentaciones**
- ⌘ **Reuniones**
- ⌘ **Boletines**

12. REDES SOCIALES

- ⌘ El contenido está a cargo del área de comunicaciones.
- ⌘ Se realiza una publicación diaria de lunes a sábado. Los días domingos por bajo flujo de interacciones no se publica, exceptuando fechas especiales o eventos adversos.
- ⌘ Las publicaciones se realizan en horas de la tarde-noche por alto flujo de interacciones con sus seguidores.
- ⌘ Se realiza contenido educativo, fechas de calendario especiales en temas de salud e información de interés para nuestro público y usuarios del Centro Oncológico Antioquia.
- ⌘ Los chat y mensajes recibidos por los usuarios, se responden de manera inmediata y se da solución a ellos según sus necesidades, contando con apoyo del área implicada en la solicitud.

13. EXCEPCIONES:

No aplica.

14. PROCESOS A LOS QUE APLICA:

Transversal a toda la clínica.

15. CONTROL DEL DOCUMENTO:

Actividad que se controla	Como se controla	Quien lo controla	Frecuencia	Responsable
Reuniones de comités, reuniones de grupos primario	Actas de reunión PE-F1-GCA ACTA_REUNIÓN Aplicativo Almera	Responsable de cada comité	Mensual	Directora de Calidad

16. ANEXOS:

No aplica.

17. BIBLIOGRAFÍA

Estándares JCI para hospitales incluyendo hospitales docentes, 7 ° Edición, 2021.

Manual de comunicaciones y marca, 2024.

Manual corporativo de identidad Quironsalud.

CONTROL DE CAMBIOS:

Versión	Fecha	Descripción	Puntos de cambio
1	01/10/2023	Creación de política	No aplica

2	30/08/2024	Actualización de política	
---	------------	---------------------------	--

CUADRO DE APROBACIÓN:

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
FECHA	30/08/2024	25/09/2023	27/09/2023
CARGO	Comunicadora	Directora de Calidad (E)	Gerente
NOMBRE	Isabel Cristina Bustamante Atehortúa	Liliana María Mesa	Vadín Angel Ramírez Agudelo
FIRMA			