

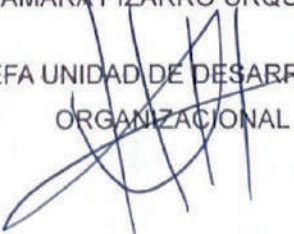
	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 1 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha Vigencia: 2028		



POLÍTICA COMUNICACIONAL

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO

ELABORADO POR: RUTH CASANGA ZÚÑIGA JEFA UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RR.PP.  FECHA: AGOSTO 2026 HOSPITAL COQUIMBO	REVISADO POR: TAMARA PIZARRO URQUETA. JEFA UNIDAD DE DESARROLLO ORGANIZACIONAL  FECHA: AGOSTO 2026 HOSPITAL COQUIMBO	APROBADO POR: DR. GABRIEL SANHUEZA CRUZAT. DIRECTOR  FECHA: AGOSTO 2026 HOSPITAL DE COQUIMBO
--	---	---

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 2 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

Hospital San Pablo de Coquimbo

Dirección

Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

2026

Elaborado por:

Ruth Casanga Zúñiga

Jefa Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

Colaboradores:

Natalia Cantillana Castillo

Periodista de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

Vilensko Koscina Saguez

Periodista de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

Revisado por:

Dr. Gabriel Sanhueza Cruzat

Director Hospital San Pablo de Coquimbo.

Tamara Pizarro Urqueta

Jefa Unidad de Desarrollo Organizacional.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 3 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

ÍNDICE

1. Objetivo	4
1.1. Objetivos específicos:	4
2. ALCANCE	5
3. ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	5
4. ASPECTOS NORMATIVOS	5
5. RESPONSABLES DE APLICACIÓN	6
6. DEFINICIONES	7
7. DESARROLLO	8
7.1. Directrices Generales	9
8. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	11
8.1. Comunicación interna	11
8.2. Comunicación externa:.....	14
8.3. Manejo de crisis.....	18

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 4 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

1. Objetivo

Establecer una política comunicacional que oriente, articule y otorgue coherencia a los procesos de comunicación interna y externa del hospital, asegurando una gestión de la información institucional oportuna, transparente, consistente y accesible para los distintos públicos de interés. Asimismo, busca fortalecer el reconocimiento institucional, generar confianza y consolidar una imagen positiva de la organización, contribuyendo al cumplimiento de su misión y objetivos estratégicos.

1.1. Objetivos específicos:

- Definir y fortalecer los canales formales de comunicación interna y externa, asegurando un flujo oportuno de la información.
- Coordinar y alinear los mensajes institucionales para garantizar coherencia en la comunicación, evitando contradicciones y fortaleciendo la identidad institucional.
- Definir y formalizar las vocerías institucionales, estableciendo responsabilidades y directrices para la entrega de información clara y oportuna.
- Establecer principios de identidad visual que regulen el uso de la imagen institucional en todos los soportes y plataformas oficiales.
- Establecer estrategias de gestión de crisis comunicacional.
- Definir las acciones comunicacionales que permitan actuar de manera oportuna, coordinada y transparente ante situaciones de crisis que puedan afectar la imagen institucional.
- Contribuir al posicionamiento del Hospital San Pablo de Coquimbo como referente regional en salud pública, innovación, docencia y alta complejidad.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 5 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

2. ALCANCE

La presente política es aplicable a todas las áreas, unidades y servicios del Hospital San Pablo de Coquimbo, dado que regula la comunicación:

- **Interna:** directivos, equipos clínicos, administrativos y de apoyo.
- **Externa:** que se entrega a los usuarios, comunidad, medios de comunicación, red asistencial y otras instituciones públicas o privadas.
- **Digital y presencial:** aquella que se publica en las redes institucionales
- En situaciones ordinarias y de crisis.

3. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El presente documento debe ser conocido y aplicado, según corresponda, por todos los funcionarios del Hospital San Pablo de Coquimbo sin importar su condición contractual y nivel jerárquico.

4. ASPECTOS NORMATIVOS

Ley N° 9.628, Protección de la Vida Privada.

Ley N° 20.584, Derechos y Deberes de la Personas.

Oficio E545210 de la Contraloría General de la República, Instructivo sobre el uso de las Redes Sociales.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 6 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

5. RESPONSABLES DE APLICACIÓN

Director del Hospital San Pablo de Coquimbo.

Equipo Directivo:

Subdirección de Gestión Clínica de Atención Cerrada.

Subdirección de Gestión Clínica de Atención Ambulatoria.

Subdirección de Gestión del Cuidado.

Subdirección de Gestión Operacional.

Subdirección de Gestión de Personas.

Subdirección de Gestión Administrativa.

Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

Jefaturas: subdepartamentos, servicios clínicos, unidades y subunidades del Hospital San Pablo de Coquimbo.

Funcionarios: funcionarios y funcionarias del Hospital San Pablo de Coquimbo.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 7 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

6. DEFINICIONES

Redes sociales institucionales: canales digitales que utiliza el hospital para difundir información a la comunidad usuaria y funcionaria.

- WhatsApp: aplicación de mensajería instantánea y red social.
- Facebook: plataforma digital de redes sociales diseñada para conectar personas. Permite a los usuarios crear perfiles personales o páginas de empresas y compartir contenido multimedia (@HSPCoquimbo).
- X: red social que permite a los usuarios publicar y leer mensajes cortos (@HSPCoquimbo).
- Instagram: aplicación que permite a los usuarios compartir fotografías, videos cortos, historias y mensajes privados (@hspcoquimbo).
- YouTube: plataforma líder mundial para compartir, subir y ver videos digitales (@hspcoquimbo).
- LinkedIn: es la red social profesional más grande del mundo, orientada para encontrar trabajo, prácticas profesionales y fortalecer las relaciones profesionales (Hospital San Pablo de Coquimbo).

Comunicación interna: conjunto de procesos, canales y herramientas que utiliza una organización para gestionar el flujo de información.

Comunicación externa: proceso mediante el cual una organización transmite información a personas y entidades.

Vocería: persona que habla en nombre de una organización u otro grupo para transmitir sus mensajes.

Imagen corporativa: identidad visual de una empresa (logo, colores, tipografía) para reflejar sus valores y personalidad.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 8 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

7. DESARROLLO

El Hospital San Pablo de Coquimbo forma parte de la Red Asistencial Pública de la Región de Coquimbo, bajo la gestión del Servicio de Salud. Como establecimiento de alta complejidad, se ha consolidado como centro de referencia regional, extendiendo su capacidad resolutive incluso a la Región de Atacama, brindando atención a una población superior a 600 mil personas.

Su labor asistencial se sustenta en una profunda vocación de servicio público y en el compromiso permanente con el bienestar de la comunidad. En coherencia con ello, su misión es “otorgar atención de salud oportuna, de calidad e integral, articulada con la Red Asistencial, centrada en las necesidades de sus usuarios y con participación activa de ellos”.

Asimismo, orienta su quehacer hacia la excelencia, proyectándose como un “hospital líder en la gestión en salud dentro de la Red Asistencial, que brinde atención humanizada, incorporando tecnología e innovación, con equipos de trabajo comprometidos en satisfacer las necesidades de sus usuarios y reconocido tanto por sus funcionarios como por la comunidad”.

De esta manera, el hospital reafirma su rol estratégico en el sistema público de salud, integrando calidad técnica, enfoque humano, inclusión, eficiencia y responsabilidad social en cada una de sus acciones.

Estos principios no solo deben estar contenidos en los documentos institucionales, sino también ser informados de manera sistemática y coherente a la comunidad interna y externa, favoreciendo el reconocimiento, la confianza y el posicionamiento positivo de la institución.

La comunicación, en este contexto, se entiende como un proceso estratégico, anticipado, planificado y alineado con los objetivos institucionales. Una gestión insuficiente puede afectar la percepción pública y debilitar la confianza en la organización.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 9 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

Por ello, resulta fundamental contar con una Política Comunicacional **que establezca lineamientos para orientar la información interna y externa**, que permitan fortalecer su identidad.

7.1. Directrices Generales

- Toda comunicación oficial deberá ser validada por la Dirección y la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.
- Las declaraciones a medios de comunicación deberán realizarse exclusivamente a través de vocerías autorizadas y coordinadas con la Unidad de Comunicaciones y RR.PP., la cual preparará el mensaje con la información entregada por las subdirecciones, servicios y/o unidades.
- El uso del logo, imagen institucional y piezas gráficas deberán ajustarse al manual de normas gráficas (anexo n°1).
- Con el fin de asegurar una imagen unificada, coherente y reconocida en todos los soportes, solo se utilizará el logo institucional.
- Como una forma de fortalecer la imagen institucional, se establecerá un único diseño oficial para los timbres. Su elaboración y solicitud deberán gestionarse exclusivamente a través de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.
- Las redes sociales institucionales serán administradas exclusivamente por la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. Las cuentas de servicios, unidades y subunidades del hospital no son consideradas un canal formal, por lo que no representan de manera oficial a la institución. Esto tiene como finalidad resguardar la normativa vigente, la coherencia de la información, proteger datos sensibles y evitar la dispersión de mensajes, de acuerdo a lo

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 10 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

estipulado por la Contraloría General de la República en su instructivo E545210 del año 2024.

- En relación con el manejo de crisis, la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. gestionará las acciones a realizar para el tratamiento informativo de acuerdo a los datos proporcionados, tanto por el área afectada como por la dirección del establecimiento.
- Es responsabilidad de cada subdirección informar a sus jefaturas que, ante una crisis comunicacional, deben remitir todos los antecedentes a la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. para evaluar el impacto mediático. Es importante recalcar que no siempre estos detalles se entregan a la prensa, pero es fundamental conocer la situación en su totalidad para preparar el mensaje más adecuado y así resguardar al vocero en caso de una comunicación en vivo.
- Toda minuta deberá incorporar, al menos: las causas, antecedentes, descripción de los hechos, funcionarios o entidades implicadas, afectados, cifras, fechas y posibles consecuencias.
- Con el fin de resguardar la coherencia institucional, la seriedad del entorno clínico y la uniformidad de la imagen corporativa, no se apoyará el uso de corpóreos en campañas o actividades impulsadas por servicios, unidades y subunidades del hospital.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 11 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

8. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La forma en que una organización se comunica no solo transmite información, sino que también construye y refleja quién es. A través de sus mensajes, tonos, canales y coherencia en el tiempo, va construyendo su identidad institucional y definiendo cómo desea ser percibida.

Al mismo tiempo, esta comunicación influye directamente en la imagen que construyen sus distintos públicos —internos y externos—, impactando en la confianza, la credibilidad y el vínculo que establecen con la organización.

Por ello, comunicar de manera clara, consistente y alineada con sus valores no es accesorio, sino un elemento estratégico clave para fortalecer su posicionamiento y reputación.

8.1. Comunicación interna

La comunicación interna constituye un pilar estratégico para el adecuado funcionamiento de las organizaciones. Su fortalecimiento contribuye a promover una cultura organizacional basada en la transparencia, la colaboración y el compromiso de los funcionarios, impactando positivamente tanto en el clima laboral como en la calidad de la atención.

El fortalecimiento de la comunicación organizacional requiere del involucramiento activo de los equipos directivos y jefaturas, quienes deben garantizar la entrega oportuna, clara y consistente de la información hacia sus equipos, en concordancia con los lineamientos institucionales.

Esta adecuada gestión de los flujos de información permite reducir la incertidumbre y facilitar el acceso a información relevante en todos los niveles de la organización.

8.1.1. Objetivos de la comunicación interna

- Potenciar los canales de comunicación interna del hospital, asegurando la circulación eficiente y transparente de la información clínica, administrativa y organizacional.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 12 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

- Fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los funcionarios y funcionarias, promoviendo su participación activa en los procesos comunicacionales.
- Garantizar el acceso equitativo a la información organizacional, resguardando su oportunidad, claridad y pertinencia.

8.1.2. Canales formales de comunicación interna

Los siguientes canales son reconocidos como oficiales para la entrega de información:

- **Correo electrónico institucional:**

Principal canal formal para la difusión de documentos oficiales, convocatorias, invitaciones e información relativa a procesos institucionales.

Para el envío de correos masivos, la unidad, servicio o área deberá identificar el remitente y detallar la información a difundir, conforme a los Lineamientos Comunicacionales 2026.

Se debe dar prioridad al uso de los correos institucionales. Si usted o alguien de su unidad actualmente no recibe correos de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP., por favor solicitar su incorporación al e-mail comunicaciones.hsp@redsalud.gob.cl

- **Pantallas informativas internas:**

Canal de apoyo para la difusión de noticias e iniciativas institucionales. Su contenido será validado por la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

- **Diarios murales:**

Espacios físicos definidos para la publicación de información institucional, difusión de actividades internas y avisos de interés para los funcionarios. Su uso contribuye a reforzar la comunicación en dependencias con menor acceso a plataformas digitales y está abierto a todos los funcionarios que deseen dar a conocer algún mensaje de utilidad.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 13 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

La información deberá mantenerse actualizada y en buen estado de presentación. Una vez al mes, la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. y/o la Unidad de Humanización retirarán el material publicado para dar espacios a nuevos avisos.

- **Boletines institucionales:**

Medios de comunicación interna de carácter periódico que permiten informar de manera estructurada el quehacer institucional. Entre ellos se encuentran:

- **Latidos de cambio**, de periodicidad bimensual, orientado a difundir sobre el proceso de puesta en marcha y construcción del nuevo hospital.
- **San Pablito**, de periodicidad mensual, enfocado en difundir el acontecer hospitalario, destacando logros clínicos y actividades de los equipos.
- **HSP en cifras**, carácter trimestral, orientado a la entrega de resultados, indicadores y compromisos de gestión.

Estos boletines son difundidos mediante correo electrónico institucional.

- **Newsletter institucional:**

Publicación quincenal que recopila y difunde las principales noticias del hospital emitidas en medios de comunicación regionales y nacionales, contribuyendo al conocimiento del posicionamiento institucional externo.

- **Canales de mensajería instantánea (WhatsApp):**

Herramientas complementarias utilizadas a nivel de jefaturas y gremios para la difusión ágil de información relevante e invitaciones. Su uso no reemplaza los canales formales, debiendo ser considerado como un medio de apoyo para reforzar la oportunidad en la circulación de la información.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 14 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

8.2. Comunicación externa:

La forma en que una organización se proyecta y se comunica con sus públicos influye directamente en la percepción y confianza que estos construyen sobre ella. Una gestión adecuada de la comunicación externa contribuye a consolidar una imagen institucional coherente, creíble y alineada con sus valores.

Toda acción de comunicación externa deberá planificarse y ejecutarse de manera coordinada, asegurando consistencia en los mensajes institucionales y resguardando el adecuado uso de los canales oficiales.

Para estos efectos, es importante definir las audiencias, reconocer los canales de comunicación, gestionar la relación con los medios y designar y fortalecer las vocerías institucionales.

8.2.1. Objetivos

- Difundir de manera clara y accesible las prestaciones, programas, campañas, logros y avances del hospital, contribuyendo a fortalecer la confianza y el vínculo con la comunidad.
- Posicionar al hospital como un referente en la red asistencial, visibilizando su quehacer, capacidades resolutorias, avances en gestión clínica y aportes a la salud pública.
- Gestionar de manera oportuna y coordinada la comunicación en situaciones de contingencia, resguardando la entrega de información oficial, clara y alineada con la autoridad sanitaria.

8.2.2. Públicos objetivos

Se define como públicos objetivos a los grupos de interés hacia quienes se orientan los mensajes estratégicos institucionales, con el propósito de fortalecer la imagen, su reputación y dar a conocer los avances y logros en materia de salud.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 15 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

- **Comunidad usuaria:** usuarios, pacientes y sus familias.
- **Sociedad organizada:** Consejo Consultivo de Usuarios, organizaciones de voluntariado y sociales que se vinculan con el hospital.
- **Autoridades e instituciones públicas y privadas:** entidades de gobierno y del sector privado con los cuales el hospital mantiene una relación estratégica.
- **Red Asistencial:** distintos dispositivos de salud que componen la red pública.
- **Academia y entidades afines:** integrada por casas de estudio y organismos vinculados a la formación, investigación y desarrollo en salud.
- **Medios de comunicación:** prensa escrita, radios, televisión y medios digitales de alcance local, regional y nacional, que actúan como intermediarios entre la institución y la comunidad.

Toda acción de comunicación dirigida a estos públicos deberá ser planificada, coherente con los lineamientos institucionales y canalizada a través de los medios oficiales definidos por el hospital.

8.2.3. Vocerías institucionales

Las vocerías son un elemento estratégico de la comunicación externa. Su propósito es resguardar la coherencia, veracidad y oportunidad de la información entregada a la comunidad y a los distintos públicos de interés.

Por ello, toda información de carácter institucional deberá ser emitida exclusivamente a través de las vocerías oficiales autorizadas y definidas con anticipación.

- **Vocería oficial:**

La vocería institucional principal recaerá en la Dirección del hospital, quien podrá delegar esta función en los subdirectores, jefaturas u otros profesionales, según la naturaleza de la información y el ámbito de competencia.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 16 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

- **Vocerías por contingencia:**

Considerando la naturaleza dinámica de la contingencia sanitaria y las constantes solicitudes de los medios de comunicación, las jefaturas o subrogantes de las siguientes áreas podrán ejercer vocería institucional en materias propias de su competencia, previa coordinación con la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. y autorización de Dirección.

- Unidad de Paciente Crítico adulto y pediátrico
- Unidad de Emergencia

En situaciones de crisis o contingencia, será centralizada y definida por Dirección, con apoyo de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP., estableciendo mensajes únicos y canales oficiales de difusión.

- **Vocerías técnicas:**

Las jefaturas de servicios, unidades y/o encargados de programas podrán ejercer vocería en materias técnicas propias de su área, previa coordinación con la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. y Dirección.

Toda solicitud de información por parte de medios de comunicación o actores externos deberá ser canalizada a través de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP., la que será responsable de coordinar las vocerías, preparar contenidos y resguardar la coherencia del mensaje institucional.

Principales características de las vocerías:

- Expresar los mensajes de manera clara y ordenada, utilizando un lenguaje accesible y evitando tecnicismos innecesarios.
- Mantener una actitud empática, resguardando el adecuado manejo de las emociones en todo momento.
- Transmitir solidez y liderazgo, proyectando confianza en cada intervención.
- Comunicar con seguridad técnica y coherencia, teniendo presente que se actúa en representación del hospital

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 17 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

8.2.4. Canales formales de comunicación externa

- **Medios de comunicación:** Comprende la interacción con prensa escrita, radial, televisiva y medios digitales. Esta relación será gestionada exclusivamente a través de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP., que coordinará entrevistas, puntos de prensa, comunicados oficiales y otras instancias de difusión.
- **Redes sociales institucionales:** Corresponde a las plataformas digitales oficiales del hospital (tales como Facebook, Instagram y X). Su uso estará orientado a informar, educar y vincular a la comunidad. La administración de estos canales será responsabilidad de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.
- **Sitio web institucional:** Constituye el canal formal del hospital, donde se dispondrá información oficial, actualizada y de interés para la comunidad, incluyendo prestaciones, campañas, noticias y contenidos institucionales. Su gestión y actualización será coordinada por la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

8.2.5. Imagen corporativa

Toda pieza gráfica (afiches, dípticos, pendones, timbres e informativos), audiovisual o digital que utilice la imagen institucional (logo) deberá ajustarse a los lineamientos definidos en el manual de normas gráficas y contar con la validación de la Unidad de Comunicaciones y RR.PP. (anexo n°1).

La creación, adaptación y difusión de materiales que incorporen la imagen institucional deberá ser previamente autorizada por la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 18 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

8.3. Manejo de crisis

En salud, la confianza se construye día a día, pero puede verse afectada muy rápidamente. Una información mal interpretada, un rumor en redes sociales o una noticia imprecisa pueden generar incertidumbre y preocupación en las personas, muchas veces con mayor rapidez que los propios avances y logros del hospital. Por eso, es fundamental estar preparados para enfrentar, desde la comunicación, aquellas situaciones adversas que puedan surgir y que impacten tanto a las familias como a la comunidad.

En estos momentos, la forma en que se comunica es clave. Actuar con oportunidad, claridad y empatía permite informar y contener. Para lograrlo, es necesario realizar un trabajo coordinado entre las distintas unidades involucradas, asegurando que sea precisa. Bajo esta premisa, toda situación con potencial impacto mediático debe ser informada con rapidez y exactitud al comité de crisis, independientemente de su gravedad clínica u operacional.

Asimismo, es importante contar con vocerías definidas, que permitan entregar mensajes unificados y confiables, resguardando siempre la transparencia y el respeto hacia las personas.

Para una adecuada coordinación en el manejo de una crisis comunicacional, se sugiere:

- Activar rápidamente un equipo de crisis de acuerdo a lo establecido en el Plan de emergencia del hospital en su Plan de Emergencia “Hospital San Pablo Coquimbo” del año 2023.
- Recopilar y validar la información antes de comunicar. Es mejor tomarse un momento para evaluar los hechos antes de entregar datos incompletos.
- Definir una vocería oficial para la entrega de la información.
- La información entregada debe ser clara, explicando medidas adoptadas y aprendizajes.
- Unificar los mensajes internos, para no generar incertidumbre en los funcionarios.
- Comunicar de manera oportuna mostrando disposición y transparencia.
- Priorizar el contacto con pacientes y familias, entregando información directa, clara y con respeto, antes de informar a la comunidad en general.

	HOSPITAL SAN PABLO DE COQUIMBO POLÍTICA COMUNICACIONAL	Página 19 de 19	Versión 0.1	
		Dirección Unidad de Comunicaciones y RR.PP.		
		Fecha de Vigencia: 2028		

- Monitorear redes sociales y medios, para detectar rumores o información errónea y poder abordarla a tiempo.

Con el propósito de fortalecer las vocerías y asegurar una adecuada representación del establecimiento ante la comunidad y los medios de comunicación, aquellos directivos o jefaturas que no se sientan suficientemente preparados para asumir este rol, podrán solicitar apoyo a la Unidad de Comunicaciones y RR.PP.

Se dispondrá de instancias de capacitación, tales como talleres o charlas breves, orientadas a entregar herramientas prácticas para el adecuado manejo comunicacional, contribuyendo así a una vocería clara, coherente y alineada con los lineamientos institucionales.