



CONSORCI
HOSPITALARI
DE VIC



Fundació Hospital
de la Santa Creu de Vic



SERVEIS AUXILIARS
A LA SANITAT (AIE)

POLÍTICA DE COMUNICACIÓ

Revisió	Data	Motiu	Revisat per	Aprovat per
0	Redacció	Pla Estratègic	Cap EC I Comunicació	CGovern 14/03/2023 i Patronat FHSC 14/03/2023

Introducció

Avui dia està àmpliament assumit que la comunicació es una activitat consubstancial a la vida d'una organització, és "la xarxa que es teixeix entre els elements d'una organització i que li permet assolir la seva característica essencial: la de ser un sistema". Tanmateix es constata la importància creixent de la comunicació com a factor estratègic de gestió de les organitzacions i també assistim a un increment de la demanda social d'informació. Per tot això, la comunicació hem d'entendre-la no només com el suport que sustenta les diferents activitats de l'organització; sinó que la comunicació es un recurs, un actiu que cal gestionar.

Per a la gestió dels diferents tipus de comunicació que es fan necessaris en qualsevol institució moderna –comunicació interna descendent, ascendent i horitzontal i comunicació externa–, les empreses poden dotar-se d'un departament específic comunicació o bé assumir que la comunicació no es només funció d'un departament, sinó que es responsabilitat de cada directiu i el seu equip i que cal dissenyar molt bé com es durà a terme.

Orientació envers el propòsit, visió i valors de CHV / FHSC i SAS

D'acord amb el que s'estableix en el propòsit, visió i valors del CHV, la FHSC i de SAS, la nostra visió s'orienta cap a una organització de salut i benestar reconeguda, capdavantera i sostenible, que proporcioni una experiència satisfactòria tant a les persones a qui atén com a les que en formen part i que contribueixi a la millora econòmica, de coneixement i social del territori.

Per fer-ho possible els projectes de desenvolupament s'orienten a la provisió de serveis de manera integral i a assumir un rol de referència en la gestió i difusió del coneixement.

La comunicació fluida i transparent entre tots els agents es clau per a facilitar realment l'orientació envers aquests paradigmes.

Objectiu

- Identificar i detectar les necessitats de comunicació del CHV, la FHSC i SAS.
- Facilitar la circulació de la informació de forma àgil i transparent, implicant-hi els diferents grups d'interès, mitjançant la creació de diversos canals, per projectar la nostra organització a la societat.
- Dissenyar procediments per compartir la informació corporativa, els coneixements i per millorar les pràctiques.
- Avaluar i actualitzar periòdicament tant els canals, com els procediments de comunicació
- Garantir la comunicació vertical (ascendent i descendent) i horitzontal, i disposar de mitjans per tal de facilitar-la.
- Vetllar perquè tots els grups d'interès tinguin la informació necessària sobre els esdeveniments i el funcionament del CHV, la

FHSC i de SAS.

Àmbit

La política de comunicació afecta tots els grups d'interès del CHV, de la FHSC i de SAS (ciutadania, clientela, equip humà, societat i institucions, Propietat i proveïdors).

Com a grans àmbits d'actuació, diferenciem

1. Relacions institucionals. El CHV, la FHSC i SAS són entitats que donen servei a un territori amb el que sempre han estat estretament compromeses. Les nostres organitzacions tenen com a objectiu el coneixement mutu amb les administracions públiques i el teixit social d'Osona, per servir la ciutadania, i per aconseguir el reconeixement dels seus centres assistencials com a centres d'excel·lència.

Les nostres organitzacions tenen fixades unes línies de col·laboració que es volen potenciar a partir d'accions concretes de comunicació.

2. Comunicació corporativa.

2.1. Interna: activitats, instruments i accions que s'organitzen per a les persones de l'organització.

2.2. Externa i imatge corporativa: activitats i accions que es duen a terme fora de l'àmbit de CHV, de la FHSC i de SAS (premsa, pàgina web, accions publicitàries, memòria d'activitats, etc.)

Definició de la política

1. La comunicació del CHV, de la FHSC i de SAS es farà a partir dels principis ètics i d'acord amb la legislació vigent de protecció a la intimitat de les persones i protecció de dades (LOPD). Els document de referència serà el Manual de Bones Pràctiques, editat pel Col·legi de Periodistes de Barcelona, el qual fixa els criteris en la relació de les organitzacions i els mitjans de comunicació.
2. La relació amb els mitjans de comunicació serà fluïda i es basarà en els principis del dret a una informació responsable.
3. La política de comunicació s'exercirà sempre sota principis i criteris professionals. Els interessos de caràcter particular estan fora d'aquesta política.
4. L'eina bàsica de què es doten el CHV, la FHSC i SAS per executar la seva política de comunicació és el Pla de Comunicació, que

tindrà una vigència de dos anys, tot i que es revisarà de forma anual. Aquest Pla ha de permetre difondre periòdicament la política i estratègia del CHV, la FHSC i de SAS.

5. Els òrgans de govern corresponents aprovaran la política de comunicació i les seves revisions que es duguin a terme
6. El Pla de Comunicació específic serà aprovat pel Comitè de Direcció de de CHV / FHSC i SAS.
7. La responsabilitat de l'execució del Pla de Comunicació serà de la direcció de CHV, la FHSC i SAS, i els diferents directors s'implicaran en la difusió i implantació dels diferents procediments i els avaluaran periòdicament.

Operativa

El CHV, la FHSC i SAS valoraren el suport necessari per portar a terme les activitats de comunicació previstes, incorporant els recursos necessaris (persones, temps, material i espais) per dur a terme el pla aprovat.

S'utilitzarà la dinàmica de treball dels processos per tal de definir totes les actuacions específiques de comunicació.

- Es garantirà la comunicació ascendent, descendent i horitzontal
- S'utilitzaran les noves tecnologies de comunicació (correu electrònic, intranet i Internet)

Es definiran les responsabilitats i un sistema de seguiment de les activitats proposades en els àmbits següents:

- Relacions institucionals: presidència de CHV i de la FHSC i direcció - gerència.
- Comunicació externa: direcció gerència de CHV / FHSC i SAS
- Comunicació interna: Cap d'estratègia Ciutadana i Comunicació

Es farà un seguiment periòdic del procés de comunicació i se n'elaboraran els informes corresponents

- Per analitzar els indicadors específics del procés de comunicació i per proposar accions de millora.
- Per avaluar la comprensió i grau d'acceptació de l'estratègia de les persones de l'organització.
- Per avaluar l'efectivitat del procediment de comunicació per a la difusió del pla estratègic i dels objectius periòdicament, per dur a terme accions de canvi.

S'assegurarà la comunicació dels següents aspectes en relació a la Guia de Compliment Normatiu:

Aspectes a comunicar	Quan	Comunicació externa/canal		Comunicació interna / canal	
		Web	Memòria	Intranet	Altres (missatgeria...)
Política de qualitat	Aprovar-se	✓	✓	✓	
Línies estratègiques	Aprovar-se	✓	✓	✓	
Objectius Estratègics	Anual			✓	
Pla Operatiu	Anual			✓	
Polítiques Grups d'interès	Aprovar-se			✓	
Protocol prevenció i abordatge assetjament	Darrera versió			✓	