

Concurso Interno Hospital de Ovalle: "Buen Trato Laboral en 60 segundos"

1. Objetivo del Concurso

Fomentar el buen trato laboral entre los funcionarios del Hospital de Ovalle, mediante la creación de un spot publicitario grabado en formato vertical, con mensajes positivos, creativos y enfocados en el respeto, la empatía y la sana convivencia en el entorno laboral.

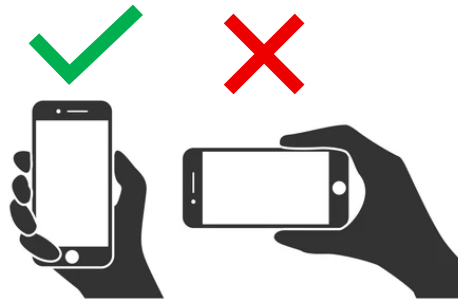
2. ¿Quiénes pueden participar?

- Podrán participar todos los funcionarios del Hospital de Ovalle, de cualquier estamento y unidad.
- La participación es de un equipo por unidad o servicio.
- Cada equipo puede presentar sólo un video.

3. Requisitos del video

- Duración máxima: 60 segundos.
- Formato: Vertical (9:16), apto para redes sociales (Instagram, Facebook, TikTok).
- Contenido: El spot debe abordar de forma clara y creativa el tema del buen trato laboral.
- Se valorarán propuestas que reflejen:
 1. Respeto y empatía entre colegas.
 2. Resolución positiva de conflictos.
 3. Comunicación efectiva.
 4. Inclusión y diversidad.
 5. Cuidado del bienestar emocional en el trabajo.
 6. Debe incluir o mencionar el decálogo del buen trato o alguno de sus contenidos
- El video debe ser original y producido por los miembros del equipo (no se aceptan contenidos copiados o con derechos de autor no autorizados).

Ejemplo de cómo utilizar teléfono celular para confección del video:



4. Formato de entrega

- El video debe enviarse en formato MP4 o MOV.
- Junto con el video, el equipo debe enviar:
 1. Nombres completos y unidad o servicio de cada integrante.
 2. Breve descripción del mensaje del spot (máx. 100 palabras).
 3. Enviar al correo comunicaciones.hov@redsalud.gob.cl o entregarlo de manera presencial en oficina de unidad de comunicaciones (tercer piso del edificio D)
- Fecha límite de entrega: jueves 19 de junio.

5. Criterios de evaluación

Los videos serán evaluados por una comisión conformada por el director del hospital, un representante de la unidad de comunicaciones y del comité de buenas prácticas laborales, considerando los siguientes criterios:

- Claridad del mensaje (25%)
- Creatividad e impacto (25%)
- Pertinencia al tema (25%)
- Calidad audiovisual (25%)

6. Consideraciones finales

- Los videos seleccionados podrán ser utilizados en campañas internas y externas del hospital.
- Al participar, los equipos autorizan el uso del material.