

**Plan Estratégico de Comunicaciones
ESE POPAYÁN
2017 - 2019**



Empresa Social del Estado E.S.E Popayán

Elaborado por:
Javier Andrés Sánchez Ortiz
Comunicador Social
Popayán E.S.E

Popayán,
2017

PRESENTACIÓN

El presente Plan iniciará a partir de su adopción por parte de la alta dirección y se extenderá hasta el año 2019, al mismo se le deberá efectuar al correspondiente seguimiento y evaluación, a fin de determinar debilidades, puntos críticos e implementar mejoras que permitan su perfeccionamiento en el tiempo.

Plantear la comunicación como herramienta fundamental en los procesos de toda organización, es entender el hecho de que somos seres sociales y por lo tanto necesitamos estar comunicándonos permanentemente, es ser conscientes de que la comunicación juega un papel clave en la construcción y consolidación de las instituciones.

El plan estratégico de Comunicaciones de la Empresa Social del Estado E.S.E Popayán, se constituye en guía fundamental para planear y desarrollar la comunicación institucional, fortaleciendo las interrelaciones con los públicos de interés y la entidad. Este plan está basado en el componente de comunicación pública, según Modelo Estándar de Control interno MECI, teniendo en cuenta que la comunicación pública la constituyen el conjunto de elementos de control, que apoya la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de la misión institucional y social.

El plan estratégico de comunicación integral es un documento que recoge los objetivos, destinatarios, políticas, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la E.S.E Popayán.

1. OBJETIVO PLAN DE COMUNICACIONES

Precisar los lineamientos necesarios para diseñar, ejecutar, socializar y asegurar las políticas de comunicación pública, que permitan una adecuada implementación del componente Modelo Estándar de Control Interno MECI y adelantar el proceso de evaluación periódica a fin de monitorear y mejorar los resultados obtenidos en desarrollo de los elementos que lo constituyen.

2. OBJETIVOS ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

2.1. OBJETIVO GENERAL

Posicionar a la Empresa Social del Estado E.S.E Popayán como una de las mejores entidades prestadoras de salud del departamento del Cauca y Colombia, líder en la ejecución de acciones que propendan por el cuidado y preservación de la salud de la población caucana.

2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Fortalecer la identidad institucional de la ESE Popayán.
- Posicionar ante la opinión pública a la ESE POPAYÁN como una entidad líder en salud en el departamento del Cauca.
- Establecer una relación eficaz con los grupos de interés de la ESE Popayán.
- Reforzar la imagen interna y externa, logrando que ambas se desarrollen de modo organizado y en la misma línea.
- Relacionarse con el resto de los procesos y proveer a estos la información necesaria.
- Solidificar la relación de la ESE POPAYÁN con los medios de comunicación.
- Desarrollar y poner en marcha la comunicación para la crisis en los casos que sea necesaria.

3. PUBLICO OBJETIVO O TARGET DE LA COMUNICACIÓN.

Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la comunicación. Definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos.

- Públicos internos de la ESE Popayán: Junta directiva, directivos, líderes de procesos, administrativos y contratistas.
- Públicos intermedios de la ESE Popayán: Secretaría de Salud Departamental del Cauca y gobernación del Cauca.

- Públicos externos de la ESE Popayán: Entes Territoriales, instituciones públicas departamentales, empresa privada, comunidad, medios masivos de comunicación y Gobernación del Cauca.

4. MARCO CONCEPTUAL

4.1 COMPONENTE COMUNICACIÓN PÚBLICA

La comunicación pública la constituyen el conjunto de elementos de control, que apoya la construcción de visión compartida y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de la misión institucional y social.

4.1.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad, para la clara identificación de los objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca la función de la ESE Popayán.

Este elemento deberá verse reflejado en los siguientes aspectos:

- **Receptividad**, la cual tiene que ver con la disponibilidad de atender a la comunidad, permitiendo que su sentir, sus inquietudes, sus sugerencias, se constituyan en insumos para la formulación de los planes, programas y proyectos de interés general de la ESE Popayán.
- **Servicio**, tiene que ver con la actitud que tiene la ESE Popayán para con sus grupos de interés en lo concerniente a sus relaciones en términos de cordialidad, responsabilidad, sencillez, actitud de servicio, actitudes que deberán ser una constante en el actuar cotidiano de cada uno de los servidores públicos en todos los niveles.
- **Creación de espacios de interacción**, se consolida a través de generar una cultura del diálogo logrado a través de la creación de espacios para la interacción de los diferentes grupos de trabajo.
- **Acuerdos organizacionales**, hace referencia a aquellos elementos orientadores, de contenido y no formales, que en términos no solamente éticos sino desde

otros horizontes políticos, culturales y administrativos, pueden convertirse en factores de reconocimiento.

- **Fortalecimiento del trabajo en Equipo**, como estrategia central que contribuye al logro de un trabajo participativo para el mejoramiento de los procesos y la inclusión en la toma de decisiones.

En consideración a lo anterior, la Comunicación Organizacional en la ESE Popayán estará orientada a la construcción de su imagen institucional, identificando, recopilando y realizando seguimiento a la información primaria y secundaria, y propiciando relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos de la entidad.

COMUNICACIÓN INTERNA

Destinada a los propios trabajadores, se dirige hacia el establecimiento de un clima social favorable que refuerza en el público interno la sensación de seguridad y status.

La estrategia de comunicación interna estará enmarcada en una serie de elecciones que permitirán ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la ESE Popayán, en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos.

Así la Comunicación interna en la ESE POPAYÁN logrará:

- La pertenencia de los valores y la identidad.
- La lógica productiva de la ESE.
- La calidad en el servicio.
- Los ambientes de trabajo.
- El sentido de arraigo de los trabajadores a la ESE Popayán.

En este sentido la propuesta estratégica para abordar la comunicación interna se centra en un programa que se realiza a partir de procesos integrales, basado en el diseño de un plan de trabajo que permita orientar los objetivos de la organización a proyectos prospectivos que generen, además de un ambiente de trabajo agradable, la posibilidad de anticipar situaciones desfavorables para la ESE Popayán.

Esta propuesta se centra en cambiar el proceso tradicional de comunicación, a la elaboración de mensajes por parte de los responsables de los procesos.

Esta propuesta, pone en el centro de acción al servidor y al líder de proceso, ambos tendrán un rol más activo que les permita estar en constante interacción para conocer y evaluar, los valores, los procedimientos, prácticas laborales y las motivaciones personales, así como los niveles de participación en la toma de decisiones del equipo de trabajo, con el fin de desarrollar una ESE Popayán que responda a las necesidades sociales, económicas y culturales, que se viven en la jurisdicción.

LINEAMIENTOS PARA EL CUMPLIMIENTO

- Todas las dependencias deberán utilizar el mismo slogan y los logos que se hayan dispuesto y utilizara las misma plantillas, no solo en las comunicaciones que se originan al interior de la entidad, sino también de todos aquellos elementos o herramientas hacia fuera de la institución como pasacalles, afiches, pendones, material audiovisual, entre otros y se regirá por el manual de identidad corporativa.
- La ESE Popayán propiciara los mecanismos que permitan difundir la información producida por todas las dependencias (información secundaria), tales como oficios, memorandos, circulares, notas internas, etc.
- La ESE Popayán promoverá la comunicación efectiva de la información que genere cada una de las dependencias de la entidad, articulándolas y orientándolas para que desarrollen efectivos sistemas de comunicación de manera autónoma.
- La información institucional será difundida a través de la red informativa, instrumento de comunicación interna en donde se encontraran: noticias internas y externa, boletines de calidad, boletines internos, fotografías, todo lo relacionados con los medios de comunicación corporativos.

HERRAMIENTAS DE LA GESTION DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

Las herramientas más utilizadas en la gestión de la comunicación interna serán:

- Inducción Corporativa: consiste en crear una ambientación a un nuevo miembro en la ESE Popayán (video institucional).
- Boletines internos electrónicos.

- Cartas, circulares, memorandos, actas y otros documentos.
- Correo electrónico corporativo.
- SMS: envío de mensajes de texto a móviles corporativos para comunicar noticias de máxima relevancia.
- Carteleras, folletos, afiches.
- Eventos internos: aniversarios, inauguraciones e integraciones.

La Comunicación Organizacional de la ESE Popayán, estará orientada por los directivos, de manera clara, precisa, oportuna y expresada en términos de cordialidad y respeto hacia los servidores públicos y contratistas, de tal manera que sea coherente con los principios y valores institucionales encaminados a generar transparencia, credibilidad y confianza en sus actuaciones, para ello promoverá la divulgación y socialización de los principios y valores enmarcados en el código de ética corporativo.

4.1.2. COMUNICACION INFORMATIVA

A través de este elemento se garantiza la difusión de la información de la ESE Popayán sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.

La comunicación informativa debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía, estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza, mediante la definición de políticas de comunicación y la formulación de parámetros que orienten el manejo de la información.

Este elemento deberá verse reflejado en los siguientes aspectos:

- Organización y sistematización de la Información, en este sentido la ESE Popayán implementará métodos y procedimientos para la recopilación, procesamiento y sistematización de la información, que permita a los servidores públicos y demás grupos de interés, conocer y entender el sentido de la gestión y misión institucional.
- Socialización de la información: Para que exista una interlocución e interacción eficiente entre la ESE Popayán y los grupos de interés, se requiere de la socialización constante de la información, de tal manera que estos grupos dispongan de todos los elementos necesarios para conocer y dimensionar la gestión institucional, y los servicios que presta la entidad.

COMUNICACION EXTERNA

Se encarga de la gestión de la información que sale de la organización con fines de imagen, identidad, relaciones públicas y contacto con las audiencias externas claves. Crea una base favorable para las relaciones de la ESE Popayán con sus públicos en busca de su cooperación, integración y respaldo.

Es una herramienta para divulgar y difundir su responsabilidad social. Aquí será indispensable el trabajo interdisciplinario de todas las áreas de la entidad, para definir los datos que necesitamos exteriorizar y el tipo de información que le interesa publicar a la ESE Popayán. Incluye desarrollo de campañas, dirigidas al público objetivo y definición de los patrones de identidad visual y discursiva de la empresa.

En momentos de crisis será fundamental el apoyo de los subdirectores y la declaración del vocero definido por la alta dirección, con el propósito de aclarar e informar oportuna y verazmente a los medios de comunicación y no generar un vacío informativo, que pueda perjudicar la imagen corporativa.

La comunicación externa de ESE Popayán estará basada en las siguientes estrategias:

MARKETING

- **Marketing uno a uno**

Consiste en una personalización total de mensaje de la ESE Popayán. Se trata de conocer las necesidades de los públicos y establecer una relación directa y especial con cada uno de ellos, uno a uno, se puede lograr a través de las campañas de educación ambiental que se realice con los diferentes públicos.

- **Marketing viral**

Se basa en que son los propios públicos de la ESE Popayán los que dan a conocer el producto a otras personas. Especialmente destaca esta estrategia a través de internet, con las campañas que se hacen, donde son los públicos que envían y reenvían información dando a conocer lo que está haciendo la ESE Popayán.

Se sugiere la utilización de chat como estrategia de educación ambiental con colegios o instituciones o foros, donde nuestro público objetivo deja sus opiniones.

- **Marketing directo**

Estrategia que utiliza distintos medios publicitarios (impresos) para conseguir una respuesta directa por parte del público, para generar un contacto directo que haga ganar recordación de la imagen.

DIVULGACION

- **Estrategia Above the line (ATL)**

Implica el empleo de medios tradicionales o convencionales para divulgar los mensajes de la ESE Popayán. Se trata de una estrategia que utiliza medios masivos para llegar al mayor número de público objetivo. Aquí se utilizarán medios como: la televisión, radio, prensa e impresos.

- **Estrategia Below the line (BTL)**

Esta estrategia se centra en utilizar medios no convencionales, se caracterizan por ser menos masivos y más directos. Aquí se pueden considerar: las relaciones públicas, redes sociales, marketing directo.

- **Estrategias 360o**

Utilización de todos los medios masivos y no masivos.

COMUNICACION WEB

- **Pagina web**

Es un espacio virtual, que permite a los usuarios consultar información relevante de la entidad y tener interactividad con sus contenidos.

- **Registro en buscadores u otros directorios**

Es importante que la ESE Popayán se referencie en los principales buscadores de internet, con el objetivo de que se muestra la página web de la ESE Popayán entre los resultados de búsqueda de los usuarios/as de internet.

El registro por ejemplo en directorios empresariales u otras páginas también puede ser una de las estrategias de comunicación web efectivas para posicionar la imagen institucional de la ESE Popayán.

- **Enlaces en otras paginas**

Intercambio de enlaces en páginas web, consiste en publicar enlaces a la página web de la ESE Popayán en otras páginas web.

- **Microsites y comunidades virtuales**

Webs desarrolladas específicamente para dar a conocer una acción en concreto de la ESE Popayán.

Una comunidad virtual es un punto de encuentro importante, ya que a través del internet podría programarse un chat con nuestros usuarios/as para charlar, compartir, debatir información.

- **E-mail marketing**

Utilización del correo electrónico como herramienta de comunicación directa y personalizada con el usuario.

- **Mensajes en internet**

Otra forma de informar en diferentes páginas web a través de banners o anuncios en internet, ventanas emergentes, botones que aparecen cuando el usuario/a consulta otras páginas y contenidos web.

Dentro de los tres ámbitos de la comunicación externa: marketing, divulgación y web, las herramientas para la gestión de la comunicación más relevantes son:

- **Marketing**

- Anuncios en la ESE Popayán y Unidades Operativas.
- Marketing telefónico.
- Marketing móvil.
- Mobiliario, señalización, displays, cartelera.

- **Divulgación**

- Teléfono móvil
- Anuncios en TV, prensa y radio.
- Anuncios en mobiliario urbano y vallas exteriores.

- **Internet**

- Anuncios: banners, ventanas emergentes, spots, logos o imágenes que se desplazan por la pantalla, mensajes de texto, botones y/o texto insertado en la página web con el nombre del producto.
- Redes sociales y profesionales, Facebook, Twitter.
- Blogs y videoblogs.
- Webs de vídeos y fotos, YouTube, Pinterest.

RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE MEDIOS

• Estrategia activa

La ESE Popayán genera noticias y promueve una política activa para dar a conocer sus actividades y crear su imagen a través de su aparición en los medios de comunicación.

• Estrategia pasiva

Son los medios de comunicación los que interesados, se ponen en contacto o buscan información sobre la ESE Popayán.

Las Relaciones Públicas y la gestión de los medios se desarrollarán a través de las siguientes herramientas:

- Rueda de prensa.
- El comunicado de prensa.
- Entrevistas a los medios.
- Jornadas, conferencias, foros, debates.
- Campañas de salud y eventos culturales, deportivos, sociales.

LINEAMIENTOS PARA EL CUMPLIMIENTO

Comunidad en general

- Publicar en la página Web los informes de Gestión de la entidad en cumplimiento del principio de transparencia.
- Dar a conocer a la comunidad todos los planes programas y proyectos a desarrollar; publicar documentos de interés general, realizar campañas de comunicación con los usuarios, todo con el fin de propiciar la participación ciudadana.

Entes de Control

- Las comunicaciones y relaciones de la ESE Popayán con los órganos de control se hará de forma pertinente, oportuna y en términos de respeto y cordialidad.

4.1.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A continuación se relacionan los medios de comunicación con los que cuenta y requiere la ESE Popayán para ejecutar el Plan de Medios Institucional.

INTERNOS

- **Boletín Interno:** es un medio interno de circulación mensual a todos los funcionarios de la entidad vía correo electrónico. Allí se incluirá información como fechas de cumpleaños, celebración de fechas de salud, mensajes institucionales, entre otros.
- **Cartelera Institucional:** Se trata de un canal tradicional muy efectivo. En las cartelera, deberá ubicarse información general, normas institucionales, información oficial, boletines de prensa, recortes de prensa, fotografías de los eventos especiales con su respectivo pie de foto y afiches relativos a la gestión empresarial. Es necesario que su contenido este ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Los mensajes de las cartelera deben ser claros, cortos y concretos.

EXTERNOS

• Boletines de prensa

Se emiten según la necesidad sin límite alguno, sin embargo se debe tener en cuenta el contexto en el que se desarrolla la información para no cansar a los medios y menos a los lectores. Se produce en cada una de las dependencias, se entrega al proceso gestión comunicaciones para la elaboración del boletín el cual no debe superar 1 cuartilla. Para hacer solicitud de publicación de la información debe emplearse el formato FMC-01 Solicitud de acciones de Comunicación y Organización de eventos. Según el caso, debe ser revisado por la gerencia.

Se envía vía correo electrónico en promedio 3 semanales a todos los medios locales, regionales y nacionales. Dependiendo del tema, se emiten boletines de prensa solamente a periodistas que han requerido a la entidad como fuente, en ocasiones las entrevistas se dan mediante llamadas telefónicas.

Radio

La radio es un medio de difusión masivo que llega al radio-escucha de forma personal, es el medio de mayor alcance, ya que llega a todas las clases sociales.

Establece un contacto más personal, porque ofrece al radio-escucha cierto grado de participación en el acontecimiento o noticia que se está transmitiendo, además es un medio selectivo y flexible.

Televisión

La televisión es un medio de comunicación que ha alcanzado una difusión sin precedentes, es usado por una cantidad significativa de personas, para satisfacer sus necesidades de información y entretenimiento.

La ESE Popayán tendrá como prioridad la producción de informativos, notas y promociones sobre la gestión institucional, campañas educativas, información sobre campañas y temas puntuales. Espacios para divulgar a través de los diferentes canales regionales el acontecer de la ESE Popayán.

Piezas de Comunicación

El proceso de gestión de comunicaciones apoyará el diseño de material divulgativo en especial para el tema de educación ambiental como plegable, afiches, calendarios, volantes, revistas institucionales, entre otros, que sean requeridos por las dependencias, según el manual de identidad corporativa.

Página Web

La ESE Popayán cuenta con una página Web en la que se publican los avances, procesos y resultados del accionar institucional. Su actualización está a cargo del proceso gestión de comunicaciones, teniendo como base la información brindada por cada proceso, en la cual los visitantes pueden conocer las publicaciones más recientes, los planes, los programas con que cuenta la institución, informes de control interno, enlaces de interés, eventos que se están programando y toda la línea de trámites y servicios que brinda la ESE Popayán.

A través de la página Web los navegantes pueden informarse de la estructura de la organización, las diversas convocatorias y las últimas noticias de interés general y que tienen que ver con la temática de salud.

5. FORMULACIÓN

5.1 POLITICAS Y ESTRATEGIAS

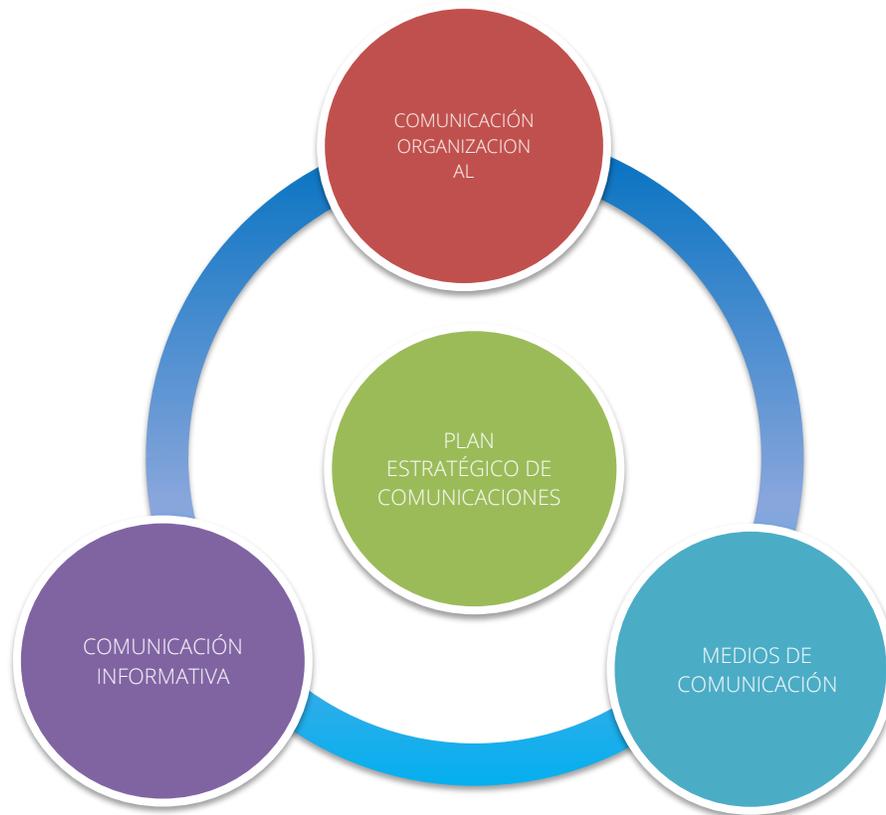
Políticas	Estrategias
<p>Los procesos de comunicación en La E.S.E Popayán se orientarán al establecimiento y fortalecimiento de la identidad institucional, afianzando la interlocución, visibilidad e inclusión, en sus relaciones con los públicos de interés internos y externos; para facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales, promover la participación ciudadana; garantizar la comunicación efectiva, suficiente y transparente, con base en los parámetros definidos en el proceso del sistema integrado de gestión de la calidad y en el plan estratégico de comunicaciones.</p>	<p>Gestionar recursos con organismos públicos y privados para fortalecer el proceso de gestión de comunicaciones del sistema integrado de gestión de la calidad.</p>
	<p>Diseñar la estructura adecuada para definir y gestionar los recursos humanos, técnicos y financieros adecuados para la correcta operación del proceso dentro del sistema.</p>
	<p>Diseñar e implementar el elemento de comunicación organizacional conforme a lo establecido por el MECI 1000:2005, dentro del sistema integrado de gestión de la calidad.</p>
<p>La comunicación organizacional estará orientada a la proyección de la gestión a nivel interno para mejorar la efectividad de las relaciones laborales e interpersonales y el clima organizacional, a través de la búsqueda del diálogo permanente y multidireccional entre los servidores y particulares que ejercen funciones públicas de todos los niveles jerárquicos.</p>	<p>Establecer y formalizar los canales para la comunicación entre la Alta Dirección y el personal que participa de los procesos.</p>
	<p>Diseñar e implementar campañas periódicas de sensibilización que den a conocer y apropien los propósitos de la Entidad en el personal de la Organización</p>
	<p>Diseñar e implementar actividades que garanticen la comprensión de los propósitos institucionales en el personal de la Entidad.</p>
	<p>Diseñar e implementar permanentemente jornadas de comunicaciones para apoyar la implementación del SGC.</p>
	<p>Diseñar e implementar mecanismos para la utilización óptima de los medios de comunicación a nivel interno dentro del sistema integrado de gestión de la calidad.</p>
<p>Los procesos y actividades encaminados a la comunicación organizacional de manera clara y oportuna, garantizarán la difusión de las políticas y la información secundaria, para asegurar el conocimiento y apropiación de los</p>	<p>Establecer mecanismos para optimizar el uso de carteleros, boletines, revistas, intranet, internet, periódico, entre otros.</p>
	<p>Definir los mecanismos para lograr la articulación entre el proyecto de educación en salud y el proceso de gestión de comunicaciones dentro del sistema integrado de gestión de la calidad.</p>

<p>objetivos institucionales, estratégicos, planes, programas y proyectos propios del accionar de la Entidad.</p>	<p>Definir lineamientos a nivel interno para desarrollar los compromisos establecidos en el PIGA, que permitan ampliar el alcance de la educación en salud al interior de la Entidad.</p> <p>Establecer mecanismos para generar la información que será comunicada a los usuarios internos a través del sistema integrado de gestión.</p>
<p>Los procesos y actividades encaminados a la comunicación organizacional de manera clara y oportuna, garantizarán la difusión de las políticas y la información secundaria, para asegurar el conocimiento y apropiación de los objetivos institucionales, estratégicos, planes, programas y proyectos propios del accionar de la Entidad.</p>	<p>Establecer los mecanismos para asegurar el correcto cumplimiento de la matriz de comunicaciones de todos los procesos, incluyendo las responsabilidades de comunicaciones.</p>
<p>Todas las actividades de comunicación organizacional deben estar encaminadas a la participación y proyección del compromiso de los servidores y particulares que ejercen funciones públicas en la Entidad, en torno a una imagen corporativa que incluya una gestión ética, eficiente y eficaz y que promueva el fortalecimiento del clima laboral.</p>	<p>Establecer mecanismos que permitan evaluar los resultados de las actividades del elemento de comunicación organizacional y el impacto sobre los objetivos corporativos.</p>
<p>La gestión pública de la Entidad, debe ser comunicada a los usuarios o ciudadanía, atendiendo los principios de publicidad, respeto, calidez, oportunidad y transparencia; mediante la adopción del plan estratégico de comunicaciones, acciones comunicativas, recursos informáticos, rendición de cuentas y respuestas periódicas y oportunas; para afianzar la interacción y generar confianza entre la E.S.E Popayán y sus partes interesadas.</p>	<p>Diseñar e implementar actividades de comunicación que asegure la oportunidad en los mensajes relacionados con la gestión de la Entidad para evitar conflictos con los grupos de interés</p>
<p>La comunicación con los contratistas y/o proveedores estará enmarcada en los principios de igualdad, imparcialidad, publicidad y transparencia, mediante prácticas de comunicación eficaz, suficiente y oportuna de las necesidades de la entidad, garantizando su legalidad, oportunidad, conveniencia y economía.</p>	<p>Asegurar que dentro del proceso Gestión contratación del sistema integrado de gestión, se garantice la comunicación eficaz con base en los principios de legalidad, oportunidad, conveniencia y economía hacia los contratistas y proveedores al servicio de la Entidad.</p>

<p>El manejo de la comunicación informativa en la E.S.E Popayán hacia las partes interesadas, se basará en la implementación de mecanismos y estrategias, que faciliten el acceso a la información sobre deberes y derechos de los ciudadanos, para lo cual se dará amplia difusión al conocimiento de la gestión y a los servicios corporativos, garantizando el uso de los mecanismos legales para ejercer el derecho a la participación y al control social.</p>	<p>Diseñar e implementar herramientas que faciliten el contacto permanente, la información y sensibilización a los grupos de interés para el uso de mecanismos de control social.</p>
	<p>Definir e implementar mecanismos y herramientas de comunicación que permitan a la ciudadanía la adecuada utilización y comprensión respecto a la información que publica la Entidad.</p>
<p>Con el fin de facilitar la comunicación entre la Entidad y las partes interesadas, se adelantarán estrategias y campañas de amplia cobertura, para los procesos de rendición de cuentas que se adelanten a fin de garantizar una participación efectiva y masiva, al momento de responder públicamente por las funciones encomendadas, los recursos, los planes, programas y servicios asignados, de conformidad con la ley.</p>	<p>Diseñar un plan de medios que garantice la convocatoria y participación masiva y activa de los grupos de interés en las audiencias públicas.</p>
<p>La E.S.E Popayán utilizará de manera objetiva y eficaz, los procedimientos necesarios, métodos, recursos e instrumentos a fin de garantizar la clara y amplia divulgación, circulación de la información hacia los diferentes grupos de interés, atendiendo los aspectos inherentes a la complejidad territorial y sociocultural de su jurisdicción.</p>	<p>Establecer mecanismos que permitan la adecuada utilización de los medios de comunicación para su difusión.</p>
	<p>Definir mecanismos que permitan conocer y retroalimentar la eficacia de los medios de comunicación</p>
	<p>Definir canales que garanticen el uso de los medios adecuados para que la información tenga en cuenta el público objetivo y sea conocida por los grupos de interés.</p>
	<p>Garantizar la formulación, implementación y evaluación de un plan de medios que garantice la identificación de los públicos objetivos, las especificaciones tecnológicas, institucionales y organizacionales.</p>
<p>La relación de la Entidad con los medios de comunicación y/o sus representantes tendrá carácter institucional y estará basada en los principios de veracidad, imparcialidad, libertad y publicidad, para lo cual se respetará en todas sus actuaciones la libertad de prensa, la autonomía de los medios y exigirá de éstos apego a la verdad e imparcialidad.</p>	<p>Establecer herramientas para el acercamiento e intercambio de opiniones con los directores de los medios de comunicación de alcance regional y local.</p>

5.2. PROGRAMAS Y ACCIONES OPERATIVAS 2017 – 2019

Para la implementación y operatividad del plan se han formulado los siguientes programas.



5.2.1 Programa “Comunicación para la organización”

Objetivo: Generar espacios que permitan difundir las políticas y la información generada al interior de la Entidad, con el propósito de lograr que todos los servidores se identifiquen y comprometan con una imagen institucional, basada en la ética, la eficiencia, la eficacia y la transparencia; contribuyendo al fortalecimiento del clima laboral.

Actividades	Metas			Proceso Responsable
	2017	2018	2019	
Diseñar e implementar campaña de sensibilización sobre la importancia de comunicar las acciones de la E.S.E Popayán.	Una Campaña diseñada e implementada.	Una Campaña diseñada e implementada.	Una Campaña diseñada e implementada.	Comunicaciones
Diseñar e implementar campaña para sensibilizar sobre el Sistema Integrado de gestión de Calidad.	Dos campañas diseñadas e implementada.	Dos campañas diseñadas e implementada.	Dos campañas diseñadas e implementada.	Comunicaciones y planeación.
Diseñar y elaborar boletín electrónico interno	Doce boletines electrónicos diseñados y distribuidos	Doce boletines electrónicos diseñados y distribuidos	Doce boletines electrónicos diseñados y distribuidos	Comunicaciones.
Diseñar y elaborar Boletín electrónico sobre el sistema de gestión de calidad.	Seis boletines electrónicos diseñados y distribuidos.	Seis boletines electrónicos diseñados y distribuidos.	Seis boletines electrónicos diseñados y distribuidos.	Comunicaciones.
Diseñar e implementar estrategia para mejorar la comunicación interna.	Diseño e implementación de estrategia de Comunicación interna.	Diseño e implementación de estrategia de Comunicación interna.	Diseño e implementación de estrategia de Comunicación interna.	Comunicaciones.

5.2.2 Programa “Comunicación Informativa o externa”

Objetivo: Implementar estrategias y procedimientos que garanticen el manejo de la información y el control social de la gestión realizada por la entidad, de manera amplia transparente, oportuna y eficaz.

Actividades	Metas			Proceso Responsable
	2017	2018	2019	
Adelantar estrategias utilizando los medios adecuados que promuevan el control social.	Una Campaña diseñada.	Una Campaña implementada y una estrategia documentada.	Seguimiento y actualización campañas diseñadas	Comunicaciones
Diseñar e implementar en la página web información que facilite el control social	Un apartado diseñado para la página web.	Un apartado implementado en la página web.	Un apartado implementado en la página web.	Comunicaciones y sistemas.
Diseñar e implementar estrategia sobre el mejoramiento de atención al cliente.	Estrategia diseñada	Estrategia Implementada.	Estrategia Implementada.	Comunicaciones y SIAU.
Consolidar bases de datos digitales de los grupos de interés para compartir información.	Bases de datos alimentada y actualizada.	Bases de datos Consolidada y Actualizada.	Bases de datos Consolidada y Actualizada.	Comunicaciones.

5.2.3. Programa “Medios de Comunicación”

Objetivo: Establecer los mecanismos, métodos, recursos e instrumentos para la divulgación y circulación amplia y focalizada de la información generada al interior de la entidad, para que de manera efectiva sea conocida por los medios de comunicación y se facilite su adecuado seguimiento y retroalimentación.

Actividades	Metas			Proceso Responsable
	2017	2018	2019	
Diseñar Plan de medios	Un plan de medios diseñado e implementado.	Un plan de medios diseñado e implementado.	Un plan de medios diseñado e implementado.	Comunicaciones
Diseñar e implementar en la página web estrategia que facilite la difusión de la información en los medios de comunicación.	Página y banner diseñado.	Subpágina implementada y actualizada.	Subpágina implementada y actualizada.	Comunicaciones y sistemas.
Crear y actualizar redes sociales (facebook, twitter y blog).	Creación y actualización de las redes sociales.	Actualización de las redes sociales.	Actualización de las redes sociales.	Comunicaciones.
Producción de Informativo para televisión sobre el accionar de la E.S.E Popayán.	10 Informativos Sobre la salud en el Cauca y el papel de la E.S.E Popayán en esta.	10 Informativos Sobre la salud en el Cauca y el papel de la E.S.E Popayán en esta.	10 Informativos Sobre la salud en el Cauca y el papel de la E.S.E Popayán en esta.	Comunicaciones.
Producción y emisión de programas de radio	Producción y emisión de 10 programas de radio.	Producción y emisión de 10 programas de radio.	Producción y emisión de 10 programas de radio.	Comunicaciones.
Diseño e impresión periódico o revista Institucional.	1 edición de periódico o revista Institucional.	2 ediciones de periódico o revista Institucional.	2 ediciones de periódico o revista Institucional.	Comunicaciones.

6. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

La evaluación y seguimiento al plan estratégico de comunicaciones, se realizará de conformidad con lo definido en el procedimiento "Formulación Plan Estratégico de Comunicaciones PEC" PCM-04 numeral 5, actividad 11, con base en la siguiente matriz y sus estándares de comparación:

FECHA DE EVALUACION _____ CON CORTE A _____

PROGRAMA	ACTIVIDAD	META VIGENCIA	RESULTADO META VIGENCIA	%DE CUMPLIMIENTO	FUENTE DE VERIFICACIÓN	OBSERVACIONES
				% de avance		

ESTANDAR DE COMPARACIÓN

Rango % de avance		Calificación
I Semestre	II Semestre	
Más del 45% de las metas	Más del 90% de las metas.	Satisfactoria
Entre el 40% y el 44.9% de las metas.	Entre el 80% y el 89.9% de las metas.	Media
Entre el 35% y el 39.9% de las metas.	Entre el 70% y el 79.9% de las metas.	Baja
Menos del 35% de las metas.	Menos del 70% de las metas.	Insatisfactoria

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Descripción de cambio	Fecha
0	Versión inicial del plan.	22/08/2017
1	Se modifican las metas de la actividad 1 y se cambia el procedimiento por el cual se hace evaluación y seguimiento al Plan.	