

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 1 de 21
			Fecha:	Enero 2025



JUAN CARLOS COTAZO URREA
GERENTE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO POPAYAN E.S.E

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 2 de 21
			Fecha:	Enero 2025

1. INTRODUCCIÓN

La Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán, entendiendo la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de los procesos de la institución, que permite a la entidad vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo un ciclo de gestión, adopta la política de comunicaciones del Ministerio de Salud, que entiende la información como:

“El modo de conducir las acciones comunicativas y la construcción de herramientas para conseguir un fin único: sembrar en la memoria cultural de los colombianos, tanto en los gestores como en los beneficiarios, los deberes y derechos del Sistema de la Protección Social en Colombia.”

Y puntualiza, “... la política de comunicaciones debe velar por que las actividades eficaces en comunicación formen parte integral de todos los programas diseñados para promover y mejorar la calidad de vida y fomentar ambientes de seguridad.”

En consecuencia, establecer este Plan de Comunicaciones 2025 tiene como objetivo formalizar los procesos comunicativos de la Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán a través de una matriz de implementación y seguimiento, que será la guía para el enfoque y la práctica de la comunicación organizacional y de la información pública, en las 5 sedes y/o puntos de atención que tiene cobertura la entidad en Popayán, Piamonte, Caldon, Totoró y Puracé.

Lo anterior con el fin de fortalecer la comunicación organizacional, garantizar la producción, distribución y socialización de la información con los diferentes grupos de interés institucional, que acompañen, enriquezcan y fortalezcan el proceso de comunicación para alcanzar niveles superiores de calidad.

Por lo tanto, el objetivo general y los específicos están alineados con los de la entidad, con el propósito de tener un norte claro, alcanzable y medible en su desarrollo, orientado en la política de gestión de la información y las comunicaciones.

En suma, este plan unifica el proceso de comunicación para la operación local, con el objetivo de ordenar y dotar de sentido la práctica e implementación mediante estrategias de comunicación organizacional e informativa en nuestra institución, cumpliendo el marco jurídico de la comunicación estipulado por el Ministerio de la Información y Comunicaciones para la construcción de consensos y entendiendo que la comunicación en la institución va de la mano con el Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión en su 5ª Dimensión: “Información y Comunicación”, la cual delimita el propósito de garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir, aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 3 de 21
			Fecha:	Enero 2025

Para tales fines, este plan estipula los canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información, para lograr el conocimiento y la efectividad de la gestión institucional tanto a nivel organizacional, de usuarios y la comunidad en general, con mayores niveles de identidad y posicionamiento en los procesos participativos. El proceso de comunicaciones establece estrategias, actividades, metas e indicadores que permitan generar una cultura en la información oportuna, eficiente y efectiva con el compromiso de tratar la información como un activo valioso, garantizando su confiabilidad, transparencia, veracidad y seguridad.

En conclusión, este plan busca sumar a la visión institucional de informar a la población mediante los diferentes canales de comunicación, el qué hacer de la entidad y su oferta de servicios, con el fin de que estas acciones redunden en la aplicación de un modelo integral de atención, contribuyendo así con el mejoramiento de la calidad de vida de la población de los municipios de: Popayán, Puracé, Totoró, Caldono y Piamonte.

2. JUSTIFICACIÓN

La formulación de este Plan de Comunicación 2025 hace parte del fortalecimiento y desarrollo institucional, y se concreta principalmente en las diferentes acciones comunicativas que se desarrollan con los diferentes grupos de interés.

Al entender la comunicación como un proceso transversal en la institución, se permite su enfoque como estratégico y no se limita a un accionar meramente instrumental.

La comunicación interna, como factor clave que contribuye al crecimiento y posicionamiento de la Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán, se estructura y consolida mediante herramientas, medios y mecanismos de comunicación que facilitan la interacción entre los diferentes actores, para promocionar los servicios de salud y posicionar la imagen de la E.S.E. y los sectores donde se ubica.

En ese sentido, la correcta planificación de los métodos a utilizar en el proceso de comunicación permitirá formalizar sus procesos, que se verán reflejados en la organización de concebir este proceso como multidimensional, producto de la dinámica relacional que conlleva a pensar la institución como un engranaje compuesto por un colectivo que basa su conocimiento a través de los dominios de experiencia dentro de un modelo de atención que cuenta con dos instancias de contacto con sus grupos de interés: intra y extramural.

Por su parte, la comunicación externa e interna en la institución tiene como fin incrementar de manera positiva la percepción de la E.S.E. ante sus usuarios y, en general, con la población de los municipios de Popayán, Puracé, Totoró, Caldono y Piamonte.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 4 de 21
			Fecha:	Enero 2025

Al consolidar la comunicación como eficaz y transparente, se optimiza el uso de los medios de comunicación internos y externos con los que cuenta la E.S.E. Popayán e implementa estrategias asertivas que consolidan la buena imagen y reputación de la entidad.

Por tal motivo, consolidar los mecanismos que fortalecen la comunicación de manera efectiva, por medio del manejo de los diferentes medios de comunicación internos, externos y las estrategias, permitirá mejorar las vías de comunicación entre los directivos, funcionarios, entidades externas, usuarios, comunidad y medios de comunicación, partiendo del objetivo estratégico en salud del Plan de Desarrollo de la E.S.E. Popayán.

Según el modelo integrado de planeación y gestión (MIPG), la comunicación hace posible difundir y transmitir información de calidad que se genere en toda la entidad, tanto entre dependencias (comunicación interna) como frente a los grupos de valor (comunicación externa).

Contar con servidores públicos bien informados sobre cómo operar la entidad, y con ciudadanos bien informados sobre cómo acceder a los servicios de la institución y hacer efectivos sus derechos, fomenta la eficiencia, la eficacia, la calidad y la transparencia en la gestión pública, la rendición de cuentas por parte de la administración y el control social ciudadano.

Por lo tanto, el proceso de comunicaciones en la Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán es un área de soporte para hacer visibles las acciones misionales de la institución.

MIPG define la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión.

El desarrollo de esta dimensión, si bien implica interacción entre todas las Políticas de Gestión y Desempeño, concretamente deberán tenerse en cuenta los lineamientos de las siguientes políticas:

- Gestión documental
- Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción
- Gestión de la información estadística: Con esta dimensión, y la implementación de las políticas que la integran, se logrará cumplir el objetivo de MIPG.

3. OBJETIVO GENERAL

Crear y diseñar estrategias de información, educación y comunicación que orienten a la Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán y permitan visibilizar sus servicios, su propósito y conexión con las comunidades, posicionándose en el departamento del Cauca

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 5 de 21
			Fecha:	Enero 2025

como una entidad líder en el Modelo Integrado de Atención en Salud a través de procesos seguros y humanizados, desde sus instalaciones hasta los municipios de influencia.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promocionar, mediante distintos canales de comunicación, el funcionamiento de la entidad, la oferta de servicios y posicionar la imagen institucional.
- Hacer un resumen audiovisual de la gestión realizada durante esta administración.
- Diseñar estrategias de información, educación y comunicación en salud que lleven mensajes de prevención de la enfermedad y fomenten el autocuidado en el individuo y la familia, para un mejor vivir.
- Participar y apoyar las actividades y programas institucionales que ofrece la entidad.
- Incluir campañas internas que refuercen el sentido de pertenencia de sus empleados, para obtener un mejor resultado en las estrategias de comunicación.
- Definir una estrategia de divulgación, promoción y socialización de resultados de la E.S.E. Popayán.

5. REFERENCIA

- Ley 1341 de 2009, modificada mediante la Ley 1978 de 2019.
- Decreto 1499 de 2017.
- El Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión en su 5ª Dimensión: “Información y Comunicación”, la cual delimita el propósito de garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir, aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa.
- Ley 1712 de 2014, Ley de Transparencia.

6. DEFINICIONES

El Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión del Departamento Administrativo de la Gestión Pública, en su 5ª Dimensión: “Información y Comunicación”, relaciona estos elementos conceptuales como componentes de control de una dimensión articuladora de todos los procesos de una organización, que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión.

A su vez, detalla los elementos conceptuales que deben tenerse en cuenta para desarrollar esta dimensión en las entidades del Estado.

Comunicación: Conjunto de elementos que fortalece la construcción de visión compartida y las relaciones de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 6 de 21
			Fecha:	Enero 2025

El ejercicio de la comunicación en las entidades debe plantear soluciones a la necesidad de divulgar su gestión administrativa y a proyectar y posicionar una buena imagen de la entidad.

El **Componente de Control de la Comunicación** para esta dimensión se divide en tres elementos:

- **Comunicación Organizacional.**
- **Comunicación Informativa.**
- **Medios de Comunicación.**

Comunicación organizacional: Elemento de control que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad.

Comunicación informativa: Elemento de control que garantiza la difusión de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés y externos.

Construcción y aplicación de indicadores: Son los elementos que permiten hacer medibles los procesos de comunicación. Son instrumentos necesarios para el seguimiento y apoyo a la gestión de la comunicación, permitiendo observar la situación y las tendencias de cambios generados en la entidad en relación con el logro de objetivos y metas previstos.

Medios de comunicación: Elemento de control que se constituye por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

Plan de comunicación: Un Plan de comunicación contiene las directrices, políticas, estrategias y acciones comunicativas que se establecen y articulan para la consecución de un propósito comunicativo.

En tal sentido, el objetivo del Plan de Comunicación es fortalecer y garantizar la circulación, producción, visualización, selección y socialización de la comunicación para que funcione como un sistema, que permita integrar cada una de sus áreas de la E.S.E. Popayán en un todo.

Para diseñar e implementar el Plan de Comunicaciones, la Empresa Social del Estado (E.S.E.) Popayán toma como referencia el Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión en su 5ª Dimensión: "Información y Comunicación", la cual delimita el propósito de garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir, aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 7 de 21
			Fecha:	Enero 2025

Plan de Medios: El Plan de Medios y de Acciones Comunicativas consiste en la selección de los medios y acciones que van a ser implementados para lograr los objetivos de visibilizar y posicionar la entidad en el departamento del Cauca. Este plan debe partir del análisis del diagnóstico y contar con un cronograma y un presupuesto.

Política de Comunicación: Es una directriz u orientación acerca de cómo debe relacionarse la entidad con sus servidores públicos, diferentes clientes, usuarios, familias, comunidad o partes interesadas para el cumplimiento de los objetivos que se ha propuesto. La política de comunicación establece el carácter estratégico que la entidad le reconoce a la comunicación, de manera que se garantice la necesaria coherencia entre sus prácticas y sus propósitos. En la E.S.E. Popayán, esta política debe actualizarse e implementarse.

Protocolo de comunicación: Conjunto de pautas que permiten que diferentes elementos que forman parte de un sistema establezcan comunicaciones entre sí a través del intercambio de información. Con la implementación de Protocolos de Comunicación Internos y Externos de la E.S.E. Popayán, se busca, adicional al reconocimiento de las normas de comunicación, formalizar sus procesos e identificar claramente el paso a paso para ejecutar una acción.

Rendición de cuentas: Como proceso comunicativo, la rendición de cuentas supone la construcción de una cultura de la información como bien público y colectivo en las entidades, cuyo objetivo es lograr que la gestión pública responda a los principios de transparencia y efectividad.

El seguimiento a la ejecución del Plan de Comunicaciones es liderado por la oficina de Planeación, con el apoyo de los líderes de procesos de otras áreas, que se convierten en sus realizadores en lo que tiene que ver con la aplicación y cumplimiento de sus indicadores de gestión en cuanto al proceso de comunicación.

Receptividad: Escuchar a la comunidad, permitiendo que sus sentimientos, sus inquietudes, sus sugerencias se constituyan en insumos para la formulación de los planes, programas y proyectos de interés general de la E.S.E. Popayán.

En consideración a lo anterior, la comunicación integral en la E.S.E. Popayán estará orientada a la consolidación de su imagen institucional, estableciendo y verificando que se cumplan los aspectos anteriormente mencionados.

7. CONDICIONES GENERALES

Precisar los lineamientos necesarios para diseñar, ejecutar, socializar y asegurar las políticas de comunicación pública, que permitan una adecuada implementación del componente del Modelo Estándar de Control Interno (MECI), de la dimensión MPIG, y

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 8 de 21
			Fecha:	Enero 2025

adelantar el proceso de evaluación periódica a fin de monitorear y mejorar los resultados obtenidos en desarrollo de los elementos que lo constituyen.

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.

La E.S.E. Popayán maneja 20 unidades de salud, 10 en el municipio de Popayán (población urbana) y otros 5 al nororiente del departamento (zona de alta población indígena), de régimen contributivo y subsidiado, en todas las edades.



Fuente: Subproceso de Comunicaciones ESE Popayán.

7.1 Plataformas de difusión y medios institucionales

REDESSOCIALES				
Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	GRUPO DE WhatsApp
✓ Perfil: POPAYÁN ✓ UsuarioFanPage : @Popayanese	Usuario: @e.s.e.popayan	✓ Usuario: @esepopayan	✓ Usuario: Comunicacion esepopayan	✓ Interno
Sitioweb	www.esepopayan.gov.co			
Correo electrónico	comunicaciones@esepopayan.gov.co			

A continuación, se relacionan los canales y medios de comunicación con que requiere la E.S.E. Popayán para ejecutar el Plan de Medios Institucional.

GRUPO	RESPONSABILIDADES	ACTIVIDADES	INDICADORES
-------	-------------------	-------------	-------------

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 9 de 21
			Fecha:	Enero 2025

GRUPO	RESPONSABILIDADES	ACTIVIDADES	INDICADORES
COMUNICACIÓN EXTERNA	Investigar, redactar y editar contenidos escritos.	Elaborar Contenidos Escritos	Número de Comunicados Elaborados
	Fortalecer el relacionamiento con los medios de comunicación.	Productos Audiovisuales	Número de Productos Audiovisuales desarrollados
		Divulgar contenidos en prensa escrita (local, regional y nacional), radio, televisión y portales de internet.	Campañas de Comunicación
	Producción y edición de contenidos audiovisuales.		
	Integrar métricas específicas en las redes sociales en las que se tenga presencia digital	Análisis de métricas RRSS	Indicadores de engagement, alcance, y estadísticas que permitan evaluar su rendimiento

MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS

- Boletín Interno
- Cartelera Institucional
- Productos audiovisuales institucionales
- Grupos de interés

MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS:

- Boletines de prensa
- Redes sociales
- Piezas sonoras o radiales
- Sitios web
- Líneas de atención institucionales
- Piezas de Comunicación Gráfica
- Creación, edición y divulgación de contenido audiovisual

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 10 de 21
			Fecha:	Enero 2025

8. LÍNEAS DE ACCIÓN – PLAN DE TRABAJO

El plan de comunicaciones se implementará a través de la articulación de actividades de divulgación, promoción y socialización de la oferta institucional, a través de tres (3) componentes: comunicación externa, comunicación interna y comunicación informativa, teniendo en cuenta la normatividad vigente aplicable mencionada en este documento.

ACTIVIDADES:

1. Actualizar los contenidos en todos los medios de comunicación institucionales.
2. Consolidar bases de datos digitales de los grupos de interés para compartir información.
3: Crear estrategias apoyando a Talento Humano para a humanización de los servicios
4. Fortalecer canales de comunicación directos para que lideres, lideresas, concejales y comunidad en general conozca la gestión que se realiza desde la ESE.
5. Elaborar manual de imagen e identidad corporativa de la E.S.E. Popayán y establecer unidad gráfica en todos los canales de comunicación institucionales.
6. Desarrollar contenidos y estrategias de difusión para medios de comunicación institucionales y externos.
7. Segmentación de audiencia, para mejor recepción del mensaje.
8. Actualización permanente de la información en la página web.
9. Gestionar Material POP para mejorar imagen corporativa que nos de identidad en eventos, reuniones, campañas y diferentes jornadas donde esté presente la ESE
10. Mejorar imagen e identidad corporativa con los colaboradores de la ESE
11. Operativización de acuerdo a las competencias de índice de transparencia y acceso a la información.
12. Supervisar contratación medios de comunicación externos.
13. Elaborar plan de medios para vigencia 2025

8.1 COMUNICACIÓN INTERNA

Se dirige hacia el establecimiento de un clima social favorable que refuerza en el público interno la sensación de seguridad y estatus.

La estrategia de comunicación interna estará enmarcada en una serie de acciones que permitirán ubicar los momentos y los espacios más convenientes para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la E.S.E. Popayán, en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos, reforzando el sentido de pertenencia de sus trabajadores.

Así, la comunicación interna en la E.S.E. Popayán logrará:

- La pertenencia de los valores y la identidad.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 11 de 21
			Fecha:	Enero 2025

- La lógica productiva.
- La calidad en el servicio.
- El sentido de arraigo de los trabajadores a la E.S.E. 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 E.S.E. 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 administrativos.

Esta propuesta pone en el centro de acción al servidor y al líder de proceso, donde ambos tendrán un rol más activo que les permita estar en constante interacción para conocer y evaluar los valores, los procedimientos, las 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 E.S.E. Popayán que responda a las necesidades sociales, económicas y culturales que se viven en la jurisdicción.

8.1.1. Lineamientos para el cumplimiento:

- Todas las dependencias deberán reportar las actividades, programas y acciones al subproceso de comunicaciones para apoyar en el fortalecimiento de las mismas.
- Para toda comunicación, se utilizarán el mismo logotipo y los logos (actualizados en formato PNG) que se hayan dispuesto, utilizando las mismas plantillas.
- La E.S.E. Popayán propiciará los mecanismos que permitan difundir la información producida por todas las dependencias (información secundaria), tales como oficios, memorandos, circulares, notas internas, etc. Dichos documentos deberán estar previamente evaluados y aprobados por las áreas responsables y autoridades tales como Jurídica y Gerencia.
- La E.S.E. 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 donde se encontrarán: noticias internas y externas, boletines de calidad, boletines internos, fotografías, todo lo relacionado con los medios de comunicación corporativos.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 12 de 21
			Fecha:	Enero 2025

8.1.2. Herramientas de la gestión 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 E.S.E. Popayán (enviar video institucional y, para los empleados asistenciales, la información respecto al manejo de los elementos de protección).
- Cartas, circulares, memorandos, actas y otros documentos.
- Carteleras, folletos, afiches, correo electrónico.
- Eventos internos: aniversarios, inauguraciones, integraciones y días conmemorativos en la salud.

La comunicación organizacional de la E.S.E. 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.

8.2 COMUNICACIÓN INFORMATIVA

A través de este elemento se garantiza la difusión de la información de la E.S.E. Popayán sobre su funcionamiento, gestión y resultados de 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 E.S.E. 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 E.S.E. 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.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 13 de 21
			Fecha:	Enero 2025

8.2.1. Lineamientos para el Cumplimiento:

- **Todas las actividades, actualizaciones y, en general, toda información que deba conocer la comunidad debe ser socializada en las plataformas oficiales**, donde únicamente los encargados del área de **Sistemas de Información**, como la oficina de sistemas y de comunicaciones, son los autorizados para subir la información, actualizarla, removerla o dar respuesta a los usuarios (a menos que se establezca la colaboración de una persona en la oficina de SIAU).
- **En las publicaciones se debe utilizar el mismo logotipo y los logos (actualizados en formato PNG)** que se hayan dispuesto, además de tener en cuenta la posibilidad del uso de colores que representan a la E.S.E. Popayán: **Verde, Amarillo, Azul y Rojo**.

8.3 COMUNICACIÓN EXTERNA

La **comunicación 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. Su propósito es crear una base favorable para las relaciones de la E.S.E. Popayán con sus públicos, en busca de su cooperación, integración y respaldo.

Con esta herramienta se pretende manejar, divulgar y difundir las acciones de la E.S.E. Popayán, apoyándose en la **responsabilidad social**. En este sentido, 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 se debe publicar por parte de la E.S.E. Popayán. Esto incluye el desarrollo de campañas dirigidas al público objetivo y la definición de los patrones de **identidad visual y discursiva** de la entidad.

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 oportunamente de manera veraz a los medios de comunicación, evitando generar un vacío informativo que podría perjudicar la imagen corporativa. Para ello, se deberán establecer los **formatos de comunicación** tales como: rueda de prensa, comunicados de prensa, boletines informativos y/o no informativos, videos, cuñas radiales de publicidad, así como los tipos de medios tanto trabajados desde la E.S.E. Popayán como los medios contratados.

La comunicación externa de la E.S.E. Popayán estará basada en las siguientes estrategias:

1. **Marketing uno a uno:** Consiste en una personalización total del mensaje de la E.S.E. 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. Un ejemplo de esto es el trabajo realizado a través de campañas y capacitaciones que se pueden realizar con los diferentes públicos.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 14 de 21
			Fecha:	Enero 2025

2. **Marketing viral:** Se basa en que los propios públicos de la E.S.E. Popayán den 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 quienes envían, reenvían y repostean la información, dando a conocer lo que está haciendo la E.S.E. Popayán. Esto se realiza mediante formatos innovadores en redes sociales, como Reels, Carruseles e historias para aumentar la interacción.

Se sugiere la utilización de chats con los integrantes de la **Liga de Usuarios**, como estrategia del sistema **Voz a Voz**, donde nuestro público objetivo comparte la información e incluso aporta confianza y apoyo a la institución.

3. **Marketing directo:** Estrategia que utiliza distintos medios publicitarios (impresos y digitales) para conseguir una respuesta directa por parte del público, generando un contacto directo que favorezca la recordación de la imagen.

8.3.1. DIVULGACIÓN:

1. **Estrategia Above the Line (ATL):** Implica el empleo de medios tradicionales o convencionales para divulgar los mensajes de la E.S.E. Popayán. Se trata de una estrategia que utiliza medios masivos para llegar al mayor número de público objetivo. Aquí se utilizarán medios como: televisión, radio, prensa impresa, mensajería instantánea y aplicaciones.
2. **Estrategia Below the Line (BTL):** Esta estrategia se centra en utilizar medios no convencionales, los cuales se caracterizan por ser menos masivos y más directos, donde el cliente interactúa con la marca. Aquí se pueden considerar: relaciones públicas, redes sociales, marketing directo, e incluso la instalación de elementos visuales como inflables o cuadros con el logo de la E.S.E. Popayán para la interacción con la comunidad en eventos y jornadas.
3. **Estrategia 360°:** Utilización de todos los medios masivos y no masivos para garantizar una cobertura completa y coherente de los mensajes que convengan.

8.3.2. LINEAMIENTOS PARA EL CUMPLIMIENTO:

- **Todas las actividades, actualizaciones y, en general, toda información que deba conocer la comunidad debe ser socializada en las plataformas oficiales**, donde únicamente los encargados del área de **Sistemas de Información**, como la oficina de sistemas y de comunicaciones, están autorizados para subir la información, actualizarla, removerla o dar respuesta a los usuarios (a menos que se establezca la colaboración de una persona en la oficina de SIAU), teniendo en cuenta, además, los medios sociales contratados.
- **En las publicaciones se debe utilizar el mismo logotipo y los logos (actualizados en formato PNG)** que se hayan dispuesto. Además, se debe utilizar, en la medida de lo posible (según la publicación), las mismas plantillas, no solo en las comunicaciones que se originen al interior de la entidad (como

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 15 de 21
			Fecha:	Enero 2025

carteleras o pendones), sino también en todos aquellos elementos o herramientas que reflejen la imagen de la institución, como pasacalles, afiches, pendones, material audiovisual, entre otros.

8.4 COMUNICACIÓN WEB E INSTITUCIONAL

1. **Página web:** Es un espacio virtual que permite a los usuarios y empleados consultar información relevante de la entidad y tener interacción con sus contenidos.
2. **Registro en buscadores y otros directorios:** Es importante que la E.S.E. Popayán sea referenciada en los principales buscadores de internet, con el objetivo de que la página web de la entidad aparezca entre los resultados de búsqueda de los usuarios de internet.

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

Enlaces en otras páginas: El intercambio de enlaces en páginas web consiste en publicar enlaces a la página web de la E.S.E. Popayán en otras páginas web, lo que mejora su visibilidad y aumenta el tráfico hacia el sitio oficial de la entidad.

3. **Microsites y comunidades virtuales:** Son sitios web desarrollados específicamente para dar a conocer una acción en concreto de la E.S.E. Popayán. Una comunidad virtual es un punto de encuentro importante, ya que, a través de internet, se podrían programar chats con nuestros usuarios para compartir, debatir y difundir información.
4. **E-mail marketing:** Utilización del correo electrónico como herramienta de comunicación directa y personalizada con el usuario. Es una forma eficaz de mantener informado al público objetivo sobre novedades, campañas o servicios de la entidad.
5. **Mensajes en internet:** Otra forma de informar es a través de diferentes páginas web mediante banners o anuncios en internet, ventanas emergentes, botones que aparecen cuando el usuario consulta otras páginas y contenidos web. Esta es una estrategia digital que incrementa la visibilidad de la entidad en plataformas externas.
6. **Redes sociales:** Tener presencia digital en las redes sociales más utilizadas por los usuarios de la E.S.E. Popayán. La interacción en plataformas como Facebook e Instagram, entre otras, permite llegar a un público amplio y mantener una comunicación directa y constante.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 16 de 21
			Fecha:	Enero 2025

8.4.1. Líneas móviles de atención institucional:

La Empresa Social del Estado Popayán ESE, se compromete con la excelencia en la atención al usuario a través de sus líneas móviles de atención en cada una de sus unidades de servicio. Estas líneas de atención están diseñadas para proporcionar un acceso rápido y eficiente a una variedad de servicios de salud, adaptándose a las necesidades específicas de nuestros usuarios.

Cada unidad de atención de la ESE Popayán cuenta con su propia línea móvil de atención, donde los usuarios pueden realizar consultas, solicitar citas, recibir orientación médica, y obtener información sobre nuestros servicios. Este sistema permite a los usuarios recibir atención personalizada y oportuna, mejorando significativamente su experiencia y satisfacción con nuestros servicios.

El objetivo principal de estas líneas móviles de atención es brindar una respuesta adecuada y efectiva según los requerimientos de los usuarios, garantizando así que cada persona reciba el soporte necesario de manera ágil y directa. La ESE Popayán sigue innovando y mejorando sus canales de comunicación para asegurar que la salud y el bienestar de nuestros usuarios sean siempre nuestra máxima prioridad.

8.4.2. 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

- **Marketing telefónico:** Uso de llamadas telefónicas para comunicar información relevante a los usuarios o posibles interesados.
- **Marketing móvil:** Estrategias de comunicación dirigidas a dispositivos móviles, como SMS, aplicaciones o mensajes push.
- **Mobiliario, señalización, displays, cartelera:** Uso de recursos físicos, como señalización en espacios públicos o dentro de las instalaciones, para promover la visibilidad de la entidad.

Divulgación

- **Teléfono:** Herramienta tradicional para comunicación directa con usuarios o medios.
- **Anuncios en TV, prensa y radio:** Utilización de medios tradicionales para llegar a un público masivo mediante anuncios en televisión, radio y periódicos.
- **Anuncios en mobiliario urbano y vallas exteriores:** Estrategias publicitarias en espacios públicos, como vallas y mupis, para aumentar la visibilidad de la E.S.E. Popayán.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 17 de 21
			Fecha:	Enero 2025

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 o servicio.
- **Redes sociales y profesionales:** Plataformas como Facebook, Instagram, y se sugiere revisar la relevancia de X (anteriormente Twitter) y TikTok.
- **Blogs y videoblogs:** Creación de contenido escrito o audiovisual para compartir información relevante de la entidad.
- **Webs de videos y fotos, YouTube:** Uso de plataformas como YouTube para difundir videos institucionales, entrevistas, testimonios, entre otros.

9. RELACIONES PÚBLICAS Y GESTIÓN DE MEDIOS

La Empresa Social del Estado Popayán (E.S.E. Popayán) cuenta con un plan estratégico de medios diseñado para satisfacer los requerimientos específicos de comunicación de la institución. Este plan tiene como objetivo asegurar una comunicación eficaz y eficiente con nuestros usuarios y la comunidad en general.

El plan estratégico incluye la posibilidad de contratar diversos medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, para garantizar una difusión amplia y precisa de la información relevante. Una vez implementado, este plan permitirá a la E.S.E. Popayán utilizar estos medios de manera efectiva, asegurando que los mensajes lleguen a su audiencia de manera oportuna y adecuada.

Este enfoque estratégico refuerza nuestro compromiso con la transparencia, la accesibilidad y la mejora continua en la atención al usuario.

9.1. Estrategias:

- **Estrategia activa:** La E.S.E. Popayán genera noticias y promueve una política activa para dar a conocer sus actividades y fortalecer su imagen a través de su aparición en los medios de comunicación.
- **Estrategia pasiva:** Son los medios de comunicación los que, por interés propio, se ponen en contacto o buscan información sobre la E.S.E. Popayán. Esta estrategia incluye elementos como las carteleras de los puntos de atención, las cuales deben mantenerse actualizadas, visibles y ordenadas en todo momento.

9.2. Herramientas para las Relaciones Públicas y Gestión de Medios:

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

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 18 de 21
			Fecha:	Enero 2025

9.3. Lineamientos para el Cumplimiento

Comunidad en general

- **Publicación de informes de gestión:** Los informes de gestión de la entidad serán publicados en la página web, cumpliendo con el principio de transparencia.
- **Comunicación sobre planes, programas y proyectos:** Se dará a conocer a la comunidad todos los planes, programas y proyectos en desarrollo. Además, se publicarán documentos de interés general y se realizarán campañas de comunicación con los usuarios, con el fin de propiciar la participación ciudadana.

9.4. Entes de Control

- **Relaciones con órganos de control:** Las comunicaciones y relaciones de la E.S.E. Popayán con los órganos de control se realizarán de manera pertinente, oportuna y en términos de respeto y cordialidad.

10. ANEXOS: Cronograma Plan de Comunicaciones Vigencia 2025

11. SEGUIMIENTO Y CONTROL

El seguimiento y monitoreo a la ejecución de los proyectos planificados para la vigencia 2025 se llevará a cabo mediante los indicadores del plan de comunicaciones, por parte de Planeación y Control Interno, con una periodicidad trimestral.

12. CRONOGRAMA PLAN DE ACCIÓN:

(En este apartado, se debe incluir un cronograma detallado de las actividades a realizar durante la vigencia 2025, con fechas específicas, responsables y plazos de ejecución.)

OBJETIVO	Asegurar una comunicación eficaz, oportuna, clara y coherente en la ESE Popayán, que contribuya al logro del plan institucional y las estrategias de la institución, fortaleciendo la imagen y fidelización de la marca, mediante los diferentes canales de comunicación.											
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
1.Análisis de la estrategia de comunicación realizada en 2024 (Revisión pros y contras)	x											
2.Actualizar los contenidos en todos los medios de comunicación institucionales		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 19 de 21
			Fecha:	Enero 2025

OBJETIVO	Asegurar una comunicación eficaz, oportuna, clara y coherente en la ESE Popayán, que contribuya al logro del plan institucional y las estrategias de la institución, fortaleciendo la imagen y fidelización de la marca, mediante los diferentes canales de comunicación.											
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
3.Consolidar bases de datos digitales de los grupos de interés para compartir información	x			x			x			x		
4.Crear estrategias apoyando a Talento Humano para la humanización de los servicios		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5.Fortalecer canales de comunicación directos para que líderes, lideresas, concejales y comunidad en general conozca la gestión que se realiza desde la institución		x				x					x	
6. Elaborar manual de imagen e identidad corporativa de la ESE Popayán y establecer unidad grafica en todos los canales de comunicación institucionales.	x	x	x									
7.Desarrollar contenidos y estrategias de difusión para medios de comunicación internos y externos		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
8. Actualización permanente de la información de la página web.		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
9.Gestionar material POP para mejorar imagen corporativa que nos de identidad en eventos, reuniones, campañas y diferentes jornadas donde esté presente la ESE		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
10.Mejorar imagen e identidad corporativa con los			x	x	x							

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 20 de 21
			Fecha:	Enero 2025

OBJETIVO	Asegurar una comunicación eficaz, oportuna, clara y coherente en la ESE Popayán, que contribuya al logro del plan institucional y las estrategias de la institución, fortaleciendo la imagen y fidelización de la marca, mediante los diferentes canales de comunicación.											
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
colaboradores de la ESE		x				x						
11. Operativización de acuerdo a las competencias de índice de transparencia y acceso a la información			x	x				x	x		x	
12. Supervisar contratación de medios de comunicación externos.			x				x				x	
13. Elaborar Plan de Medios para la Vigencia 2025	x											

Fuente: Subproceso Comunicaciones ESE Popayán

Medios Digitales:

Audios para emisora / Medios digitales / Material audiovisual / Comunicados de prensa / Material POP / Testimonios

Medios de Difusión:

Página web / Facebook / Instagram / Mensajes online / WhatsApp / Canal YouTube

13. CONTROL DE REGISTROS

CONTROL DE REGISTROS DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD					
Nombre del registro	Código	Recuperación	Almacenamiento	Conservación	Disposición
Cronograma Plan institucional de archivo 2023		CALIDAD	CALIDAD	NA	NA

14. CONTROL DE CAMBIOS

FECHA	NATURALEZA DE LOS CAMBIOS	RESPONSABLE
30/06/2025	<ul style="list-style-type: none"> Modificación de objetivos específicos Modificación de material audiovisual Modificación de actividades 1,4,5 y 8 	Subproceso Comunicaciones

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-01
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Comunicaciones	Página:	Página 21 de 21
			Fecha:	Enero 2025

22/01/2025	Ajuste a Cronograma de Actividades a efectuarse en la Vigencia 2025	Subproceso Comunicaciones
------------	---	---------------------------

ELABORÓ	REVISÓ	REVISÓ
<p>ORIGINAL FIRMADO LAURA ISABELLA PALOMINO BUCHELI Cargo: Profesional Designada en la Coordinación del Subproceso de comunicaciones-Afiliada Participe SINTRAUNPROS</p>	<p>ORIGINAL FIRMADO EDILBERTO PALOMINO MARTÍNEZ Cargo : Profesional Universitario –Área Administrativa y Financiera</p>	<p>ORIGINAL FIRMADO MARCELA ALEJANDRA RAMIREZ OTERO Cargo: Profesional Designada en la Coordinación del Proceso de Gestión de Calidad-Afiliada Participe SINTRAUNPROS</p> <p>ORIGINAL FIRMADO JUAN DAVID LARA RENGIFO Cargo: Profesional Designado en la Coordinación del Subproceso de Sistemas de Información y Estadísticas -Afiliada Participe SINTRAUNPROS</p> <p>ORIGINAL FIRMADO MARIA CATALINA MANCILLA RAMIREZ Cargo: Profesional Designada en la Coordinación del Proceso de Planeación Afiliada Participe SINTRAUNPROS</p>
Fecha: 23/01/2025	Fecha: 23/01/2025	Fecha: 23/01/2025

APROBÓ

JUAN CARLOS COTAZO URREA
 CARGO: GERENTE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO POPAYÁN E.S.E

Fecha: 23/01/2025

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 1 de 9
			Fecha:	Enero2025



JUAN CARLOS COTAZO URREA
GERENTE EMPRESA SOCIAL DEL ESTADO POPAYAN E.S.E

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 2 de 9
			Fecha:	Enero2025

1. INTRODUCCIÓN

La Empresa Social del Estado Popayán ESE tiene como objetivo implementar un plan de comunicaciones que fortalezca su imagen institucional y sirva como un marco de referencia para mejorar los procesos de comunicación pública y los sistemas de información. Este plan busca promover la transparencia en la gestión, asegurar el cumplimiento legal y desarrollar estrategias efectivas para la promoción y divulgación de sus servicios y del proceso de calidad en salud a nivel institucional.

Además, el plan establecerá los fundamentos y metas dentro del proceso de comunicación, así como los contenidos necesarios para obtener resultados positivos, de acuerdo con la caracterización de la institución. Para ello, se han identificado tres elementos clave en el ámbito de las comunicaciones: el organizacional, el informativo y los medios de comunicación. Estos elementos están orientados a la producción, visualización y circulación de información tanto interna como externa.

La integración de estos elementos será clave para garantizar una comunicación eficaz. Por ejemplo, el componente organizacional se centrará en fortalecer las relaciones internas, mientras que el informativo permitirá diseñar campañas específicas para la prevención de enfermedades, prevenciones y demás temas de interés. Los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales, se emplearán para aumentar la participación ciudadana y mejorar la percepción pública de la institución.

2. JUSTIFICACIÓN

Para la institución, la comunicación es fundamental, ya que se entiende como un ejercicio de información abierta que plantea estrategias para generar y fortalecer relaciones tanto internas como externas. Además, busca solucionar la necesidad de divulgar la gestión administrativa, proyectar y posicionar una imagen positiva de la entidad.

La comunicación se realiza a través de diversos medios como carteleras, periódicos, vallas publicitarias, volantes, encuentros cara a cara, plegables, redes sociales y programas de radio y televisión. Las redes sociales, en particular, desempeñan un rol crucial al permitir la interacción directa con los usuarios y la medición del impacto de las campañas mediante métricas como alcance e interacción.

Esta comunicación es la base para el desarrollo de una plataforma estratégica participativa y efectiva, que permite a la Empresa Social del Estado Popayán mantener estabilidad en el mercado, fidelizar a los usuarios, empoderar a los empleados y mantener una buena reputación frente a la comunidad. Por ejemplo, se emplearán boletines internos para reforzar la comunicación interna, promoviendo un mayor sentido de pertenencia y motivación entre los empleados.

Además, la comunicación se utiliza como una herramienta para el mercadeo institucional y para gestionar el cumplimiento de la visión empresarial, de acuerdo con el marco normativo establecido por la Ley 1712 de 2014, que promueve la transparencia y el derecho de acceso a la información pública.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 3 de 9
			Fecha:	Enero2025

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL:

Asegurar una comunicación eficaz, oportuna, clara y coherente en la Empresa Social del Estado Popayán ESE para contribuir al logro del plan institucional y sus estrategias. Esta comunicación debe fortalecer la imagen de la institución y fomentar la fidelización de la marca, utilizando de manera estratégica diversos canales de comunicación, como medios digitales, impresos y presenciales.

Para medir el impacto de esta comunicación, se buscará aumentar la fidelización de usuarios a través de encuestas de satisfacción y datos medibles a través de RRSS

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar diferentes mecanismos y medios de comunicación para la divulgación y promoción, con el objetivo de informar a los usuarios, las familias y la comunidad sobre los servicios ofrecidos por la E.S.E., destacando la calidad de la atención en salud.

- Diseñar estrategias de información, educación y comunicación en salud que transmitan mensajes de prevención de enfermedades y promuevan el auto cuidado tanto en los individuos como en las familias.

- Participar y apoyar las actividades y programas institucionales que la entidad ofrece, asegurando una alineación con los objetivos y metas establecidos.

- Definir una estrategia de divulgación, promoción y socialización de resultados de la ESE Popayán, para fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y el conocimiento sobre los logros alcanzados por la institución.

- Establecer indicadores claros de impacto: revisar el aumento de interacciones en redes sociales, el número de asistentes a los evento presenciales y la percepción de la comunidad mediante encuestas.

4. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

4.1. Comunicación. Comunicar implica informar, dar a conocer, y persuadir, buscando generar efectos específicos en el público objetivo. De esta manera, la comunicación se convierte en una herramienta no solo de difusión, sino también de gestión, orientada a la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa. Esta herramienta se basa en un conjunto de elementos que permiten la transferencia efectiva de información de una persona a otra, asegurando que los mensajes lleguen de manera clara y coherente a todas las partes interesadas, maximizando el impacto en su comprensión y aplicación.

El componente de gestión de la comunicación se divide en tres elementos clave:

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 4 de 9
			Fecha:	Enero2025

- **Comunicación Organizacional.**
- **Comunicación Informativa.**
- **Medios de Comunicación.**

4.2. Comunicación Organizacional: Esta comunicación se centra en la difusión de políticas y de la información generada dentro de la entidad pública, facilitando una identificación clara de los objetivos, estrategias, planes, programas, proyectos y operaciones de la institución.

La comunicación organizacional es esencial para alinear al personal con la visión y misión institucional, promoviendo un entendimiento compartido.

4.3. Comunicación Informativa: Se enfoca en divulgar información acerca del funcionamiento, gestión y resultados de la institución de manera amplia y transparente. Esta comunicación incluye:

- Publicar información en formatos accesibles para la ciudadanía, como videos explicativos o infografías.

- Incorporar métricas para medir el alcance y la percepción de los mensajes y la estrategia de comunicación entre la comunidad.

La comunicación informativa no solo facilita la participación y retroalimentación comunitaria, sino que también construye confianza en los diferentes grupos de interés, como ciudadanos y usuarios.

4.4. Medios de Comunicación: Los medios son instrumentos estratégicos que garantizan la divulgación y circulación de información. Para maximizar el impacto, se propone:

- Diseñar campañas que combinen medios digitales y tradicionales para alcanzar a todas las audiencias, especialmente en zonas rurales.

- Implementar evaluaciones periódicas para medir la efectividad de cada medio utilizado (radio, redes sociales, prensa, etc.).

LÍNEAS DE ACCIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

Dentro del plan de medios se implementará a través de la articulación de actividades de divulgación, promoción y socialización de la oferta institucional a través de tres (3) componentes: comunicación externa, comunicación interna y comunicación Informativa.

ACTIVIDADES:

Para el desarrollo correcto de las actividades se propone realizar una revisión y

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 5 de 9
			Fecha:	Enero2025

Análisis de las estrategias de comunicación realizadas hasta la fecha, tanto internas como externas, para cumplir con satisfacción los objetivos propuestos. Lo que nos permite rescatar los aspectos positivos y

1. Actualizar los contenidos en todos los medios de comunicación institucionales.

La ESE Popayán emite constantemente mensajes dirigidos a los usuarios sobre campañas y servicios ofrecidos. Para garantizar que la información sea actual y relevante, es necesario actualizar periódicamente todos los medios de comunicación institucionales con la información emitida semanalmente desde las diferentes áreas de la institución. Esto incluye la revisión y renovación de contenidos en sitios web, redes sociales, carteleras y otros canales de comunicación.

2. Consolidar bases de datos digitales de los grupos de interés para compartir información.

Esta actividad busca organizar una base de datos digital con números de teléfono y contactos de entidades en cada municipio. La información se compartirá de manera continua y sistemática para mantener a los grupos de interés informados sobre las actividades y servicios de la ESE Popayán. La base de datos facilitará una difusión más eficiente y personalizada de la información relevante.

3. Crear estrategias de apoyo a Talento Humano para la humanización de los servicios.

Con el objetivo de mantener a los colaboradores de la ESE motivados y mejorar la competitividad de la institución, se implementarán estrategias de reconocimiento y motivación, como el envío de tarjetas de cumpleaños virtuales y felicitaciones por celebraciones nacionales y profesionales. Estas acciones, coordinadas con el área de Talento Humano, buscan fomentar un ambiente de trabajo positivo y comprometido.

4. Fortalecer canales de comunicación directos

Se crearon grupos de WhatsApp con líderes comunitarios y presidentes de juntas de acción comunal para difundir información de interés de la ESE. Este año, se actualizará la base de datos y se fortalecerán estos grupos para asegurar una difusión continua y efectiva del material informativo, aumentando así la visibilidad de la gestión institucional en la comunidad.

5. Elaborar un manual de imagen e identidad corporativa de la ESE Popayán y establecer unidad gráfica en todos los canales de comunicación institucionales.

El propósito de este manual es mantener una presentación uniforme y coherente de la marca en todos los formatos. Este documento incluirá directrices para el uso del logotipo, tarjetas de visita, carpetas corporativas, banners y anuncios. Además, se compartirá con los proveedores para asegurar la correcta aplicación de la imagen de marca en todos los materiales de comunicación.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 6 de 9
			Fecha:	Enero2025

6. Desarrollar contenidos y estrategias de difusión para medios de comunicación institucionales y externos, tales como:

- Boletines de prensa
- Cuñas radiales
- Información para sitios web
- Piezas de comunicación gráfica
- Creación, edición y divulgación de contenido audiovisual

El área de comunicaciones colaborará estrechamente con las Unidades de Atención en Salud para crear contenidos y estrategias adaptados a las necesidades específicas de cada área. Estos contenidos se difundirá a través de los canales digitales de la ESE, emisoras locales, sitios web propios y contratados, y otros medios de comunicación tradicionales, asegurando una divulgación continua y efectiva

7. Actualización permanente de la información en la página web.

La página web de la ESE Popayán es un canal clave para la relación activa con los usuarios. Se actualizará semanalmente con contenido relevante en información, educación y comunicación en salud, incluyendo diseños y videoclips. Esto permitirá a los usuarios estar informados sobre las campañas y servicios ofrecidos, mejorando así la atención y la interacción con la entidad.

8. Gestionar material POP para mejorar la imagen corporativa en eventos, reuniones, campañas-jornadas.

La ESE Popayán debe consolidar su imagen a través de material POP, lo que permitirá posicionar la marca y motivar a los usuarios. Este material también ayudará a reducir los gastos en publicidad tradicional y aumentar la recordación de la marca. Los elementos requeridos incluyen:

- Pendones
- Vallas
- Lapiceros
- Agendas
- Afiches

9. Mejorar imagen e identidad corporativa con los colaboradores de la ESE.

Para fortalecer la identidad corporativa, se implementará que cada trabajador del área administrativa lleve camisas o camisetas con el logotipo de la ESE. Esta medida promoverá el sentido de pertenencia y la visibilidad de la marca en reuniones y eventos, reforzando la cohesión y la imagen institucional.

10. Operativización de acuerdo a las competencias de índice de transparencia y acceso a la información.

La información es uno de los activos más importantes que tienen las entidades públicas, ya que permite tomar decisiones basadas en datos y evidencias ajustadas a los contextos, además facilita que las operaciones, actividades, planes, programas y proyectos se ejecuten eficaz y efectivamente a partir de fuentes de información que soporten las mismas.

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 7 de 9
			Fecha:	Enero2025

Una de las características de la información que generan o administran las entidades públicas, es que es pública por naturaleza, es decir que cualquier persona sin distinción de raza, género, sexo, nacionalidad, edad u orientación política, religiosa o sexual puede acceder a ella, salvo que sobre esta pese alguna de las restricciones legales establecidas en la Ley 1712 de 2014 y reglamentadas en la Constitución Política y en distintas normas legales.

Bajo este principio de publicidad; ciudadanos, usuarios e interesados en la información pública pueden conocer la estructura, gestión y planeación de las entidades; acceder más eficientemente a trámites y servicios; facilitar el ejercicio de control social y participar, colaborar y co-crear en la gestión pública.

En este orden de ideas el MIPG reconoce en la "Información y Comunicación" una de las dimensiones más relevantes en la planeación y gestión de las entidades; en tanto permite no sólo la articulación interna en todo el ciclo de la gestión, encaminada a decisiones más informadas; sino que además garantiza el pleno ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información pública.

11. Supervisar contratación medios de comunicación externos.

Es fundamental reconocer que los medios de comunicación ayudan a optimizar las estrategias, ya que, además de potencializar las opciones en términos de estrategias mercadológicas, dan a conocer cómo el público se distribuye entre los diversos canales. Por ello, nace la necesidad de contratar medios de comunicación que ayuden a difundir las estrategias de Información, Educación y Comunicación en Salud de la Empresa Social del Estado Popayán E.S.E.

Medios de comunicación externos que ayudaran a difundir información:

Páginas-Web:

Las páginas web ofrecen una cobertura extensa y una presencia continua en la World Wide Web. Un sitio web actúa como una inversión en publicidad informativa que tiene el potencial de alcanzar a cualquier rincón del mundo y mantenerse accesible al público en todo momento. Es crucial mantener una presencia en línea sólida para que usuarios y clientes puedan descubrir y conocer los productos y servicios ofrecidos, especialmente en el ámbito de las empresas B2B (Business-to-Business), donde la visibilidad y la profesionalidad son clave.

Radio:

La radio ha evolucionado más allá de los tradicionales aparatos de sonido, permitiendo la sintonización a través de Internet. Los servicios de streaming y plataformas digitales ofrecen estaciones de radio que pueden ser personalizadas según los intereses de la audiencia. Esta adaptabilidad hace que la radio siga siendo un medio relevante y accesible para la difusión de contenido.

Email-Marketing:

El email marketing sigue siendo una herramienta efectiva dentro del marketing digital, permitiendo una comunicación directa y personalizada con el público. Es una manera sencilla y eficiente de mantener el interés y la relación con los usuarios mediante la

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 8 de 9
			Fecha:	Enero2025

oferta de contenido relevante. Con una estrategia bien diseñada, que incluya un ciclo de comunicación adecuado, un lenguaje apropiado y una frecuencia óptima de envío, es posible convertir a interesados y visitantes en clientes potenciales, maximizando así el impacto de la estrategia.

Redes-Sociales:

Plataformas como Facebook, Instagram, YouTube, entre otras están entre las redes sociales más populares y utilizadas por el público. Tener presencia en estas plataformas es esencial para conectar con los usuarios y clientes, ya que estas redes ofrecen oportunidades significativas para promover y posicionar la marca de manera efectiva. A partir de una revisión de los canales que más utilice nuestro público objetivo, se definirá en cuales RRSS es de mayor relevancia la presencia digital de la entidad.

Periódicos-Revistas:

Los periódicos y revistas tienen un amplio alcance y son fundamentales para informar, promover y formar opiniones entre la población. La frecuencia de publicación puede variar desde diaria hasta mensual, con los periódicos diarios ofreciendo ediciones matutinas que brindan noticias frescas y actualizaciones continuas. Estos medios siguen siendo relevantes para llegar a audiencias que prefieren formatos impresos y tradicionales.

Medios-Digitales:

Para integrar los servicios en el área digital, es necesario desarrollar una variedad de contenidos, tales como:

- Audios para emisoras
- Banners para medios digitales y páginas web
- Material audiovisual, como cápsulas informativas
- Comunicados de prensa
- Testimonios
- Material POP

Este contenido se difundirá a través de:

- Páginas web
- Facebook
- Instagram
- Mensajería en línea
- Canal de YouTube

	Proceso:	Gestión de Información y de Comunicaciones	Código:	APO-GIC-CO-PLA-02
	Subproceso:	Comunicaciones	Versión:	01
	Nombre del documento:	Plan Estratégico de Medios 2025	Página:	Página 9 de 9
			Fecha:	Enero2025

RESULTADOS-ESPERADOS:

El objetivo es difundir estrategias de información, educación y comunicación para la salud que contribuyan a promover y posicionar efectivamente a la ESE Popayán. Este enfoque integral busca aumentar la visibilidad de la entidad, mejorar la percepción pública y fortalecer la conexión con los usuarios y la comunidad.

Elaboro:

ORIGINAL FIRMADO

LAURA ISABELLA PALOMINO BUCHELI

Cargo: Profesional Designado en la Coordinación de Subproceso de Comunicación

23 /01/2023