

# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES Y PRENSA

CONTROL DE CAMBIOS			
Nombre del documento	Plan de comunicaciones y prensa		
	Descripción del cambio	Fecha de cambio	Versión creada
	Codificación de dicho documento	21-sept-22	1
	Versión actualizada	31-ene-23	2
	Versión actualizada	31-ene-24	3
	Versión actualizada	31-ene-25	4
	Versión actualizada	30-ene-26	5

## TABLA DE CONTENIDO

Presentación.....	4
Marco normativo .....	5
Objetivos.....	6
Objetivo General .....	6
Objetivos Específicos .....	6
Plan operativo anual- POA.....	7
Objetivo 1: Visibilizar y posicionar la gestión de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend .....	7
Objetivo 2: Fortalecer la comunicación interna para la coordinación organizacional.....	8
Objetivo 3: Dinamizar el proceso de acopio y organización del archivo con la información producida por la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend, mediante un archivo completo de fotografías, vídeos y dossier de prensa. ....	8
Objetivo 4: Establecer, mantener y consolidar relaciones favorables con los medios masivos de comunicación.....	9
Objetivo 5: Informar a toda la población sobre los distintos mecanismos de participación ciudadana que tiene la E.S.E Alejandro Próspero Reverend, para su interacción y comunicación con el ciudadano.....	9
Beneficiarios y responsables.....	10
Beneficiarios.....	10
Responsables.....	10
Necesidades comunicaciones y prensa .....	11
Presupuesto .....	12

## Presentación

En la actualidad, las organizaciones enfrentan una sociedad más abierta, participativa y exigente, lo que ha convertido al ámbito de las comunicaciones en un escenario esencial para articular las acciones y estrategias que sustentan sus líneas misionales. Esta nueva dinámica social exige estructuras organizativas que promuevan el equilibrio interno mediante directrices que fortalezcan la gestión, el seguimiento de procesos y, en consecuencia, el posicionamiento institucional.

En este contexto, el área de comunicaciones se consolida como un componente fundamental y transversal dentro de las entidades, empresas u organizaciones. A través de un plan estructurado, esta área es capaz de direccionar, ejecutar y apoyar procesos comunicativos que contribuyan a la planificación estratégica y al logro de objetivos institucionales. De este modo, se fortalece la visibilidad del trabajo institucional, especialmente en términos de calidad y satisfacción frente a los públicos a los que sirve.

Este papel adquiere mayor relevancia en el caso de las entidades estatales, dado su compromiso con las comunidades a las que se deben. En estos casos, la comunicación debe ir más allá de informar: debe fomentar la transparencia, propiciar la participación ciudadana y facilitar el control social. Para responder a estas necesidades, se ha desarrollado el **Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa (MCPOI)**, el cual proporciona herramientas conceptuales y metodológicas que permiten orientar de forma estratégica la comunicación institucional dentro del sector público.

Bajo esta premisa, el **Plan Estratégico de Comunicaciones de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend** se alinea con las directrices del MCPOI, estableciendo una ruta clara para el manejo adecuado de la información y de los canales de comunicación. Este plan tiene como propósito fortalecer la relación con los usuarios, consolidar la identidad corporativa, garantizar la transparencia institucional y promover una participación ciudadana activa en la gestión de los servicios de salud.

El presente documento incluye el análisis del contexto comunicacional de la entidad, la identificación de públicos de interés, la definición de objetivos estratégicos, el diseño de estrategias y la selección de mecanismos de evaluación del impacto comunicacional. Todo ello orientado hacia una comunicación asertiva, efectiva, participativa y alineada con los principios de transparencia, eficiencia y compromiso social que rigen la gestión de la E.S.E.

## Marco normativo

### 1. Constitución Política de Colombia (1991)

- **Artículo 20:** Garantiza la libertad de expresión y el derecho a recibir información veraz e imparcial.
- **Artículo 23:** Establece el derecho de petición para acceder a la información pública.
- **Artículo 74:** Señala que toda persona tiene derecho a acceder a los documentos públicos, salvo excepciones legales.

### 2. Ley 1437 de 2011 - Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo

- Regula el acceso a la información pública y establece el deber de las entidades estatales de garantizar la comunicación efectiva con los ciudadanos.

### 3. Ley 1712 de 2014 - Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública

- Obliga a las entidades públicas a divulgar información relevante y de interés general de manera accesible y oportuna.
- Define los mecanismos de acceso a la información y los principios de publicidad, máxima divulgación y gratuidad.

### 4. Ley 594 de 2000 - Ley General de Archivos

- Regula la organización, administración y acceso a los documentos públicos, incluyendo los generados en la comunicación institucional.

### 5. Ley 1341 de 2009 - Ley de TIC

- Establece la importancia del uso de tecnologías de la información y comunicación (TIC) en la divulgación de información pública y la participación ciudadana.

### 6. Ley 1751 de 2015 - Ley Estatutaria de Salud

- Declara la salud como un derecho fundamental y establece la obligación del Estado y sus instituciones de informar de manera clara y oportuna sobre los servicios de salud.

### 7. Decreto 1083 de 2015

- Regula la comunicación pública en entidades del Estado, promoviendo la transparencia, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

### 8. Política Pública de Gobierno Digital (Decreto 1008 de 2018)

- Promueve el uso de plataformas digitales para la difusión de información y la interacción con la ciudadanía.

### 9. Manual de Imagen y Comunicación del Estado Colombiano

- Documento guía del Departamento Administrativo de la Presidencia que regula la identidad visual y comunicacional de las entidades estatales.

### 10. GP 1000 (Numerales 5.5 - 7.2.3)

#### 5.5 Responsabilidad, Autoridad Y Comunicación

### 5.5.3 Comunicación interna

La alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la entidad y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia, la eficiencia y la efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad

### 7.2.3 Comunicación con el cliente

La entidad debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:

- a) la información sobre el producto y/o servicio,
- b) las consultas, contratos o solicitudes, incluidas las modificaciones,
- c) la retroalimentación del cliente, incluidas sus peticiones, quejas, reclamos, percepciones y sugerencias

## 11. Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano-MECI 1000:005- Departamento Administrativo de la Función Pública

Que de acuerdo a lo dispuesto en los objetivos de control de información y comunicación en el MECI 2014, se debe velar porque la entidad cuente con procedimientos necesarios para la generación de información y comunicación veraz y oportuna con el de establecer los procedimientos que permitan la generación de información y comunicación que, por mandato legal, le corresponde suministrar a la organización a los órganos de control.

Que además se deberá garantizar la publicidad de la información que se genere al interior de la organización, y que se cuente con los medios de comunicación para su adecuada difusión.

Garantizar el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas, y que ésta sea comunicada de manera efectiva a través de los canales correspondientes. Establecer los procedimientos que garanticen la generación y registro de información oportuna y necesaria para la toma de decisiones, el cumplimiento de la misión y la rendición de cuentas a la comunidad; y los mecanismos apropiados para la adecuada comunicación.

Que en dicha actualización se dispone el diseñar procedimientos que permitan llevar a cabo una efectiva comunicación interna y externa, a fin de dar a conocer la información que genera la organización pública de manera transparente, oportuna y veraz, garantizando que su operación se ejecute adecuada y convenientemente.

## Objetivos

### Objetivo General

Visibilizar y posicionar la imagen institucional de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend como referente en atención médica de calidad, ética profesional y compromiso con la comunidad, mediante estrategias de comunicación asertiva, transparente y empática con todos los públicos (pacientes, comunidad, entidades gubernamentales, medios de comunicación y personal interno).

### Objetivos Específicos

1. Visibilizar y posicionar la gestión de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend
2. Fortalecer la comunicación interna para garantizar una circulación efectiva y oportuna de la información entre los diferentes niveles y áreas de la organización, fomentando una cultura organizacional colaborativa y transparente
3. Dinamizar el proceso de acopio y organización del archivo con la información producida por la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend, mediante un archivo completo de fotografías, vídeos y dossier de prensa.
4. Establecer, mantener y consolidar relaciones favorables con los medios

Página 6 de 12

masivos de comunicación para fortalecer la confianza y colaboración con los comunicadores.

5. Informar a toda la población sobre los distintos mecanismos de participación ciudadana que tiene la E.S.E Alejandro Próspero Reverend, para su interacción y comunicación con el ciudadano.

### Plan operativo anual- POA

A Continuación, describimos el plan operativo con las estrategias o acciones definidas para alcanzar cada uno de los objetivos propuestos dentro del Plan Estratégico de Comunicaciones de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend.

#### Objetivo 1: Visibilizar y posicionar la gestión de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend

Estrategia	Objetivo	Frecuencia	Indicador
<b>Boletines de Prensa</b>	Establecer un canal de comunicación permanente con los medios de comunicación y la comunidad.	1 boletín cada quince días	2 boletines x mes
<b>Diseño de campañas informativas</b>	Diseñar campañas informativas que promuevan los programas, servicios y beneficios disponibles, con enfoque en inclusión, prevención y promoción de la salud. Aprovechando fechas conmemorativas del sector salud para organizar eventos y/o actividades, jornadas de vacunación en universidades, promoción y prevención, entre otras.	1 bimensual	Evidencia Campaña realizada
<b>Producción de Contenidos digitales</b>	Desarrollar una parrilla de contenidos para redes sociales con el accionar diario de la E.S.E. para historias, post y página web. (Instagram, Facebook, X y Web) y con temas atemporales.	Contenidos Diarios en historias y contenidos para post	Número de contenidos publicados
<b>“Historias que sanan”</b>	Tener un eco de los usuarios con nuestra atención en salud con videos cortos de pacientes agradecidos (con consentimiento) y beneficiados con algunos de nuestros servicios.	1 testimonio bimensual	1 Testimonios cada dos meses
<b>“Salud en Voz Alta”</b>	Contar con un podcast con episodios semanales donde nuestros profesionales expliquen temas de salud pública, bienestar y prevención para Educar, posicionar a nuestros profesionales, y crear conexión emocional	2 x mes	2 Contenidos x mes
<b>Foro Académico Anual y/o Convención</b>	Contar con un espacio alternativo de visibilización y posicionamiento de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend como entidad líder en salud.	Un evento x año	Un evento al año
<b>Impresos y Productos Institucionales</b>	Contar con productos institucionales para posicionamiento de marca (imagen).	Según necesidad	Según necesidad
<b>Alianzas institucionales</b>	Coordinar actividades conjuntas con otras instituciones médicas o científicas y/o educativas. Charlas en salud preventiva con nuestros profesionales.	Según gestión	Según gestión
<b>Pantallas interactivas en salas de esperas</b>	Contar con pantallas digitales en salas de esperas de los puestos y centros de salud, para producir un reel y poder mostrar videos e infografías del accionar de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend, casos de éxito y temas de enfermedades a los pacientes, anuncios de actividades y jornadas mientras esperan su atención.	Según disponibilidad	Según disponibilidad
<b>Apoyo rendiciones de cuentas-</b>	Apoyar a la gerencia en la organización y montaje de las rendiciones de cuentas, además de producir un informe de gestión por logros de impacto para socializar los	Anual	Anual

<b>Informes por Logros</b>	alcances obtenidos en la gestión		
----------------------------	----------------------------------	--	--

**Objetivo 2: Fortalecer la comunicación interna para la coordinación organizacional**

Estrategia	Objetivo	Frecuencia	Indicador
<b>Apoyar a las distintas áreas en la creación, diseño y ejecución de campañas</b>	Proteger la imagen institucional a través del acompañamiento y coordinación de información, eventos y material producido en la E.S.E. (Eventos, textos, publicidad) y garantizar sinergia entre las áreas.	Según necesidad	Según necesidad
<b>Taller de formación en manejo de medios para equipo directivo y/o voceros oficiales</b>	Preparar a la alta dirección en el manejo de medios de comunicación y manejo de crisis.	Según instrucción	Número de talleres realizados
<b>Ciclos de campañas internas temáticas para personal de centros y puestos de salud (seguridad del paciente, humanización del trato, o mejora continua.)</b>	Buscar impulsar valores institucionales y objetivos estratégicos para mejora del clima organizacional, con ciclos de campañas dirigidas a nuestro personal en temas que propendan por un mejor desempeño profesional como trabajo en equipo, compromiso, vocación de servicio.	1 campaña cada tres meses	Número de campañas realizadas.
<b>Rondas de visitas del equipo directivo</b>	Organizar visitas de los directivos a los centros y puestos de salud para reforzar la cercanía y el liderazgo visible.	Según agenda del equipo directivo	Según agenda del equipo directivo
<b>Tablero o Mural informativo para la Sede Administrativa</b>	Contar un tablero digital o mural para publicar noticias internas y poder mantener informado a nuestros equipos con temas como agenda de actividades, gestiones por áreas, noticias de salud, la historia de la semana, perfiles por áreas para que se conozca el personal y así mejorar la coordinación interárea.	Actualización semanal	Número de publicaciones semanales
<b>Flayer Digital y Dummy de "CHARLIE TE CUENTA"</b>	Contar con un flayer digital con la imagen de nuestro asistente virtual para socializar noticias de carácter urgente e importante que requieran inmediatez. Agenda, recordaris de procedimientos y procesos internos. Ciclos de capacitaciones. Fechas especiales, celebraciones, y cumpleaños del personal interno.	Mensual	Uno x mes

**Objetivo 3: Dinamizar el proceso de acopio y organización del archivo con la información producida por la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend, mediante un archivo completo de fotografías, vídeos y dossier de prensa.**

Estrategia	Objetivo	Frecuencia	Indicador
<b>Alimentar el banco de imágenes de AMB</b>	Constituir un registro fotográfico, de vídeo digital pertinente a las actividades y acciones de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend.	Diario	Número de registros archivados
<b>Dossier de prensa</b>	Organizar en formatos, carpetas de archivo y digitalizar los impactos noticiosos en medios.	Diario	Número de impactos registrados

**Objetivo 4: Establecer, mantener y consolidar relaciones favorables con los medios masivos de comunicación.**

Estrategia	Objetivo	Frecuencia	Indicador
<b>Ruedas de prensa y atención de medios</b>	Generar los espacios para atender medios de comunicación según aprobación y organizar ruedas de prensa cuando haya lugar	Según necesidad	Número de atenciones realizadas
<b>Tarjetas de cumpleaños periodistas</b>	Diseñar postales para cumpleaños de periodistas, y aniversarios de medios	Según calendario	Número de tarjetas enviadas
<b>Visitas guiadas a Centros y Puestos de Salud- ESE MOVIL</b>	Desarrollar visitas periódicas planificadas con periodistas a nuestros Centros y Puestos de Salud con el fin de mantener vínculos y cercanía con los medios, mostrándoles nuestro quehacer y así mismo posicionar también cada uno de ellos con sus servicios.	Según calendario	Número de visitas realizadas

**Objetivo 5: Informar a toda la población sobre los distintos mecanismos de participación ciudadana que tiene la E.S.E Alejandro Próspero Reverend, para su interacción y comunicación con el ciudadano.**

Estrategia	Objetivo	Frecuencia	Indicador
<b>Redes Sociales, Página web y pantallas digitales</b>	Contar con vídeos interactivos con los distintos mecanismos de participación ciudadana con que cuenta la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend para socializarlos periódicamente y la comunidad conozca cómo acceder.	Semanal	Número de videos rotados en redes
<b>Valla publicitaria</b>	Disponer de vallas en puntos estratégicos de la ciudad con datos de contacto de la E.S.E. Alejandro Próspero Reverend	Anual	Valla instalada

## Beneficiarios y responsables

### Beneficiarios

El **Plan Estratégico de Comunicaciones y Prensa** de la ESE ALEJANDRO PROSPERO REVEREND impacta positivamente a diversos grupos de interés, quienes se benefician de una comunicación clara, transparente y efectiva.

- **Usuarios y comunidad en general:**

- Acceden a información clara y oportuna sobre los servicios de salud.
- Participan activamente en la gestión de la ESE a través de canales de comunicación abiertos.
- Se benefician de campañas de promoción y prevención en salud.

- **Funcionarios y colaboradores de la ESE:**

- Mejoran la comunicación interna y el flujo de información.
- Fortalecen el sentido de pertenencia e identidad institucional.
- Reciben orientación clara sobre los procesos comunicativos y protocolos de información.

- **Medios de comunicación y periodistas:**

- Acceden a información oficial, veraz y estructurada sobre la ESE.
- Se fortalecen las relaciones con la prensa para garantizar una comunicación efectiva y objetiva.

- **Entidades gubernamentales y organismos de control:**

- Reciben información transparente sobre la gestión de la ESE.
- Cuentan con un mecanismo eficaz para evaluar el impacto de las estrategias de salud pública.

### Responsables

La implementación y ejecución del **Plan Estratégico de Comunicaciones y Prensa** está a cargo de diferentes actores dentro de la ESE, quienes desempeñan funciones clave en el desarrollo de las estrategias comunicativas.

- **Gerencia de la ESE:**

- Aprueba y lidera la ejecución del plan, garantizando su alineación con la misión institucional.
- Define lineamientos estratégicos y asigna los recursos necesarios para su implementación.

- **Oficina de Comunicaciones o Enlace de Comunicaciones:**

- Diseña y ejecuta las estrategias de comunicación interna y externa.
- Administra los canales de comunicación oficiales (redes sociales, página web, boletines, etc.).
- Coordina la relación con los medios de comunicación.

- Gestiona la comunicación en situaciones de crisis.
- **Área de Atención al Usuario y Participación Ciudadana:**
- Facilita la comunicación con los usuarios y promueve su participación en la gestión de la ESE.
- Recoge y canaliza inquietudes, sugerencias y peticiones de la comunidad.
- **Funcionarios y personal asistencial:**
- Son portavoces de la ESE y participan en la difusión de la información institucional.
- Garantizan la comunicación efectiva con los usuarios en los diferentes puntos de atención.

## Necesidades comunicaciones y prensa

Para la correcta implementación del **Plan Estratégico de Comunicaciones y Prensa**, es fundamental contar con un equipo de trabajo capacitado y las herramientas adecuadas que garanticen la calidad y efectividad en la difusión de la información.

### 1. Recurso Humano

El desarrollo de una estrategia de comunicación eficiente requiere la participación de profesionales con competencias específicas que permitan ejecutar las acciones planificadas con altos estándares de calidad.

- **Comunicador Social:** Responsable de la planeación, ejecución y supervisión de la estrategia de comunicación, redacción de contenidos, manejo de medios de comunicación y gestión de crisis.
- **Diseñador Gráfico:** Encargado de la creación de piezas visuales atractivas y alineadas con la identidad institucional para la difusión de información en diferentes canales.
- **Especialista en Marketing:** Desarrolla estrategias para mejorar el posicionamiento de la ESE, optimizar el impacto en medios digitales y fortalecer la relación con la comunidad.
- **Fotógrafos/Camarógrafos:** Apoyan la producción de material audiovisual y fotográfico para documentar eventos, campañas y actividades institucionales.

### 2. Equipos y Herramientas Técnicas

Para garantizar la calidad en la producción de contenido audiovisual y fotográfico, se requiere contar con herramientas tecnológicas adecuadas que faciliten el trabajo del equipo de comunicaciones.

- **Cámara fotográfica profesional:** Permite capturar imágenes de alta calidad para material institucional, redes sociales y medios de comunicación.
- **Micrófono profesional:** Esencial para la producción de contenido audiovisual con un sonido nítido en entrevistas, transmisiones en vivo y videos institucionales.
- **Disco duro externo:** Facilita el almacenamiento seguro de archivos multimedia y documentos estratégicos de la comunicación institucional.
- **Estabilizador de teléfono Osmo:** Garantiza la grabación de videos con mayor estabilidad y calidad, optimizando la producción de contenido digital.

## Presupuesto

TABLA 1.  
PRESUPUESTO  
Fuente: Comunicaciones

Necesidad	Descripción	Cantidad	Valor Mes	Valor Anual
Recurso Humano	Comunicador Social y Periodista	1	\$4.000.000	\$48.000.000
	Marketing	1	\$3.500.000	\$42.000.000
	Diseñador Gráfico	1	\$2.800.000	\$33.600.000
Equipos	Micrófono inalámbrico DJI Mic 3 (2 Tx 1 Rx)	1		1.000.000
	Cámara fotográfica Cannon con Lente	1		\$2.500.000
	Estabilizador de teléfono Osmo	1		\$600.000
Publicidad	Elementos publicitarios			\$150.000.000

	Nombre	Cargo
Proyectó	Beatriz Gómez	Contratista apoyo comunicaciones y prensa
Revisó	Alvaro Jesus Solano Perez	Contratista Oficina Asesora de Planeación
Aprobó	Comité de GyD perfeccionado por resolución No. 038 del 30 de enero del 2.026	Miembros del comité

*Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el presente documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales y/o técnicas vigentes, por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la firma.*