

MEDIOS INTERNOS	ESCENCIA	OBJETIVO	PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO	FRECUENCIA
Cartelera interna	Medio interno de comunicación, que permite informar y sensibilizar sobre temas generales pueden ser de carácter institucional o externos	<p>Informar los eventos, actividades, fechas especiales, días clásicos, cumpleaños y campañas institucionales.</p> <p>Brindar información detallada, noticiosa y novedosa.</p> <p>Difundir información de las áreas de la institución.</p> <p>Promocionar eventos internos y externos que le aporten a la cliente interno y a la comunidad.</p>	Clientes internos	<p>Llamativas.</p> <p>-Noticiosa.</p> <p>-Clara.</p> <p>-Con letra grande y legible</p> <p>-Con información necesaria y novedosa, de interés general.</p> <p>-Permite resolver inquietudes.</p> <p>-Con imágenes que se relacionen con el texto.</p> <p>- El material que se fije en ellas debe ser con previa autorización de comunicaciones.</p> <p>-Solo debe ser comunicación oficial.</p> <p>-Apoyo y organización permanente a cargo del profesional de área.</p> <p>-Facil de actualizar</p>	Debe actualizarse cada días o según la eventualidad o necesidad de informar.
Correo electrónico	Servicio que permite el intercambio de mensajes de manera digital	Enviar y recibir mensajes de manera ágil y fácil por medio electrónico.	Clientes internos y externos	<p>Rápido</p> <p>-Económico</p> <p>-Fomenta la cultura del ahorro papel y el cuidado del medio ambiente</p> <p>-Ahorra papel</p> <p>-Posibilita el envío de texto, video, imagen, audio.</p> <p>-Se puede enviar a uno o a varios destinos y usuarios al tiempo.</p>	Permanente
Intranet	Medio de información y comunicación corporativo, digital que permite la difusión de información y documentos corporativos o de interés general	Brindar información de carácter corporativo y noticioso	Clientes internos	<p>Contacto permanente con los clientes internos.</p> <p>-Permite acceder desde un mismo sitio a varios elementos.</p> <p>-Permite la conexión externa.</p> <p>-Económico.</p> <p>-Permite la entrega de información noticiosa y actualizada.</p> <p>-Apoya la promoción de mensajes</p> <p>-Es un apoyo para generar vínculo con sitios de interés (otras aplicativos de uso corporativo, descarga de certificados)</p> <p>-Promueve los cumpleaños y fechas especiales</p>	Debe actualizarse cada mes o según la eventualidad o necesidad de informar de manera inmediata.
Teléfono	Dispositivo de comunicación eléctrico que transmite señales de voz y permite la comunicación.	Prestar un servicio oportuno en la transmisión de mensajes facilitando el contacto de manera rápida y directa.	Clientes internos y externos	<p>-Rápido</p> <p>-Ahorra tiempo</p> <p>-Es directo</p> <p>-Rápido</p> <p>-Permite dejar mensajes de voz.</p> <p>-Cuenta la opción buzón de mensajes.</p> <p>-Tiene opción de contestador.</p> <p>-Desde la planta se pueden configurar mensajes informativos para la bienvenida de la llamada o para la espera de llamadas.</p>	Permanente
Fondo de escritorio	Es la imagen que se utiliza en el fondo de un interfaz de usuario gráfico en una pantalla de ordenador y un dispositivo móvil.	Proyectar la imagen corporativa y promover mensajes institucionales que sirvan como apoyo al fomento de la cultura o las campañas institucionales	Clientes internos	<p>-Tiene visualización permanente.</p> <p>-Se puede personalizar.</p> <p>-Fácil de actualizar.</p> <p>-Llamativo.</p> <p>-Contiene información corporativa.</p> <p>-Da apariencia agradable a los dispositivos.</p>	Mensual o según necesidad
Descansa Pantalla	Es la imagen o serie de imágenes que se utilizan en una pantalla de ordenador y un dispositivo móvil mientras aparecen mientras el equipo no se encuentre en movimiento o en período de descanso.	Aprovechar las pausas que tienen los equipos para proyectar la imagen corporativa y promover mensajes institucionales	Clientes internos	<p>-Tiene visualización permanente.</p> <p>-Se puede personalizar.</p> <p>-Fácil de actualizar.</p> <p>-Llamativo.</p> <p>-Contiene información corporativa.</p> <p>-Da apariencia agradable a los dispositivos.</p>	Mensual o según necesidad
Boletín informativo: "Información de interés"	Es una publicación generalmente centrada en un	Difundir de manera digital, ágil y masiva información que es de carácter importante para todos.	Clientes internos	<p>-Contiene textos cortos. (máximo entre tres y cuatro notas)</p> <p>-Contiene información corporativa</p>	Cada dos meses



PLAN DE MEDIOS, ESPACIOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS

Código
Versión
Tipo
Implementación

PL-M1-CO-1
4
PLAN
09/02/2021

tema principal que es del interés corporativo

- Se compañía de imágenes para hacerlo llamativo.
- Puede tener hipervínculos o documentos adjuntos.
- Es rápido.
- Se envía por correo.
- Económico.
- Se genera por el área comunicaciones.
- Es para enviar información actualizada, relevante, permite reforzar temas, recordatorios, promover circulares o aspectos que tienen relación con lo laboral e incluso con el bienestar.

Chat interno de correo

Posibilidad de establecer una conversación en línea.

Facilitar el contacto entre compañeros de forma rápida, fácil, efectiva y con conexión directa desde el correo electrónico.

Cliente interno

- Medio informal, alternativo a los demás medios corporativo para tener comunicación instantánea.
- Permite enviar texto, imágenes, pantallazos.
- Las personas deben permanecer siempre en modo visibles.
- Se puede conformar un grupo para realizar reunión o conversación.
- Fácil de usar.
- Rápido.
- Requiere conexión a internet.
- Funciona desde el correo electrónico y se puede activar para recibir los mensajes también desde el celular.
- Optimiza tiempo y genera eficiencia.

Permanente

Whatsapp

Es una aplicación móvil de mensajería para teléfonos inteligentes, que propicia la comunicación entre empleados y clientes

Propiciar la comunicación instantánea de mensajes mediante vía telefónica/celular

Cliente interno y externo

- Es un medio de comunicación telefónico/vía celular
- Permite la inmediatez
- Propicia el envío y recepción de mensajes mediante conexión a Internet
- Permite el envío de imágenes, documentos (archivos), ubicaciones, contactos, videos y grabaciones de audio.
- Permite realizar llamadas y videollamadas.
- Se integra automáticamente a la libreta de contactos.
- No es un medio aún oficial para la entidad sin embargo es de uso frecuente para el relacionamiento.
- Los documentos que sean oficiales y se reciban por ese medio deben ser radicados para darles el carácter de oficial.

Permanente

Cuenta de Instagram Somos ESU

Red social que permite generar cercanía y contacto con los empleados

Socializar de forma digital, interactiva, cercana y amigable las actividades institucionales que involucran a los funcionarios

Cliente interno

- Es una cuenta privada, única y exclusiva para los funcionarios de la ESU
- Es gratis.
- Permite la publicación en tiempo real.
- Es rápida-instantánea
- Permite la publicación de estados, historias y postales.
- Permite la interacción.
- Se puede realizar concursos
- Permite contar historias no solo desde lo corporativo sino también desde el ser.
- Permite la publicación de fotos y videos

Permanente

ESPACIOS DE COMUNICACIÓN	ESCENCIA	OBJETIVO	PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO	FRECUENCIA
Reunión de Personal	Encuentro de empleados que	Reunir en un sitio determinado los	Cliente interno	Son planificadas.	Mensual o según la



				Código Versión Tipo Implementación	PL-M1-CO-1 4 PLAN 09/02/2021
	PLAN DE MEDIOS, ESPACIOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS				
	se realiza para desarrollar temas generales de interés corporativo, que fomenten la cultura corporativa, la comunicación y el relacionamiento.	funcionarios de la empresa, para abordar temas relevantes a nivel organizacional, proyectos, noticias, capacitación, sensibilización, entre otros		-Generalmente cuenta con la asistencia del Gerente. -Propician el fomento de la cultura corporativa, el relacionamiento y la comunicación. -Tiene un objetivo específico(se desarrollan temas acordados). -Tienen una duración de tiempo determinado, generalmente de entre dos horas y dos horas y media. -Requiere de un espacio con capacidad para aproximadamente 120 personas. -Cuenta con equipos de apoyo como PC, video Beam, sillas. -Se ofrecen refrigerios, café, agua. -Cuenta con el registro listado de asistencia. -Se realizan presentaciones con los contenidos de la reunión en caso de ser necesario. -Se aprovechan para desarrollar capacitaciones, talleres o refuerzo de temas corporativos. -Cuando de acuerdo la realización de talleres o capacitaciones externas se debe acordar los requerimientos y agendar o programar el visitante.	necesidad
Comités	Conjunto de personas elegidas para desempeñar una labor determinada en temas específicos de la empresa.	Trabajar en equipo por aspectos determinados en la empresa	Cliente interno	Espacio formal -Son reuniones organizadas, con un número de personas determinado. -Asiste personal de diferentes áreas. -Se abordan temas específicos de áreas puntuales de empresa. -Promueven campañas y comportamientos específicos. -Cuenta con soporte acta de comité	Periódica o según cronograma
Reunión de Junta Directiva	Órgano de administración permanente, responsable de la dirección general de los negocios y operaciones de la empresa.	Controlar la ejecución de la estrategia corporativa, velar por cumplimiento del objeto social de la empresa, el funcionamiento financiero, además velar por el cumplimiento y ejecución de los planes, proyectos, programas y servicios con que cuenta la empresa.	Cliente interno	Espacio Formal -Esta conformada por 7 miembros. -Es el máximo órgano de la Empresa. -Considerada como un órgano colegiado encargado de definir las principales políticas y estrategias de la organización; así como supervisar y controlar el desarrollo del objeto social de la entidad. -Principales gestores de Gobierno Corporativo. -Se reúnen de manera física o virtual. -Se realiza mediante una reunión previa. -Se realiza presentación con orden del día. -Cuenta con el registro de soporte: acta de Junta.	Cada mes o según necesidad
Grupos primarios	Grupos Primarios, estrategia de comunicación Organizacional: Es una estrategia para lograr la comunicación eficiente en la empresa, y es por tanto, una manera de alcanzar que los colaboradores tengan todos una misma visión compartida.	Propiciar un espacio para conocer de forma oportuna en qué van sus equipos, los avances, dificultades, pendientes y la información más relevante que les servirá como insumo para llevarla a los comité de Gerencia, además serán espacios de acercamiento, mejoramiento de las relaciones laborales y mejoramiento de comunicación interna.	Interno	Espacio formal -Se realiza con los líderes o subgerentes y se invitan a los miembros que hacen parte del equipo. -Se puede contar con invitados de otras unidades o equipos o incluso con invitados externos. -Se debe dejar una acta como evidencia de la reunión y los compromisos adquiridos. -Se realiza como seguimiento del equipo o como una manera de obtener mejoras en los procesos del mismo.	Según decisión de subgerentes y líder
Cocineta	Sitio de la empresa en el que se reúnen personas a compartir los alimentos.	Compartir con los compañeros y descansar o hacer una pausa para tomar o comer.	Cliente interno	Espacio informal -Se abordan diferentes temas personales y laborales. -Espacio de relajación y alimentación.	Permanente
Salas de reunión	Sitio de la empresa en el que se reúnen personas internas y externas a tratar asuntos laborales.	Propiciar un espacio para empleados y clientes, el cual sea adecuado y agradable para el desarrollo de actividades y temas laborales.	Cliente interno y externo Proveedores	Espacio formal -Con capacidad para 1 a 15 personas -Servicio de pantalla de tv, mesa y sillas -Espacio cerrado. -Debe contar con reserva previa. -Espacio para atender personal o clientes.	Permanente
Gerencia	Oficina en la que ejerce sus	Gerenciar y mantener contacto	Cliente interno y externo	Espacio formal	Permanente



				Código Versión Tipo Implementación	PL-M1-CO-1 4 PLAN 09/02/2021
	labores el Gerente de la Empresa	permanente con los diferentes públicos de la empresa.	Proveedores Junta Directiva	-Con capacidad para 1 a 15 personas -Servicio de pantalla de tv, mesa de juntas y sillas. -Espacio cerrado. -Espacio del Gerente para realizar reuniones, comités, juntas y atender personal o clientes.	
Oficina de Subgerentes, jefe de oficina, director auditoría interna, secretario general	Oficinas en las que ejerce sus labores cada subgerente, jefe de oficina, director auditoría interna, secretario general de la Empresa	Ejercer las funciones del cargo de subgerente, jefe de oficina, director auditoría interna, secretario general de la Empresa y atender los requerimientos del personal y los clientes de la empresa.	Cliente interno y externo Proveedores	Espacio formal -Con capacidad para 1 a 5 personas. -Espacio cerrado. -Espacio para realizar reuniones pequeñas y atender personal o clientes.	Permanente
Recepción	Espacio de la empresa en el que se recepciona documentos y se atiende público en general.	Recepcionar la documentación que se recibe en la empresa y atender y direccionar los clientes, proveedores, empleados y personal en general que llega a la empresa.	Cliente interno Cliente externo Proveedores Ciudadanos en General	Espacio formal -Cuenta con una persona asignada para ejercer la función de radicación y recepción de personas y documentos. -Se resuelven inquietudes. -Se radican los documentos. -Se gestionan solicitudes, peticiones, quejas o necesidades en general de los clientes, proveedores y ciudadanos. -Se suministra información de interés a los interesados. -Presta atención en horario laboral. -Se recepcionan y se direccionan llamadas	Permanente
Inducción	Es la cogida, incorporación o acomodamiento para el nuevo empleado y tiene como finalidad que el trabajador conozca más en detalle la empresa y sus funciones, se integre a su puesto de trabajo y al entorno humano en que transcurrirá su vida laboral.	Brindar al trabajador una efectiva orientación general sobre las funciones que desempeñará, los fines o razón social de la empresa y la estructura de ésta. La orientación debe perseguir y estimular al nuevo empleado para que pueda integrarse sin obstáculos al grupo de trabajo de la organización.	Cliente interno	Espacio formal. -Proporciona información general de la empresa. -Proporciona información específica para la realización de las funciones del cargo. -Requiere realizar presentación corporativa, portafolio de servicios y presentación de videos o video corporativo. -Se presentan los medios y espacios organizacionales (página web, intranet y demás herramientas de tecnología y software con que cuenta la empresa) -Entrega y presentación de Manuales y políticas corporativas. -Se realizan otras presentaciones corporativas relacionadas con el objeto de la empresa	Según ingresos
Reinducción	Proceso de formación y aprendizaje para los funcionarios y pertinente para su desarrollo en la entidad y permite que éste pueda cumplir adecuadamente su función.	Brindar al funcionario una actualización oportuna de los temas, funciones y aspectos importantes para el ejercicio de sus funciones y el cumplimiento del objeto, la misión y la visión de la empresa.	Cliente interno	Espacio formal -Jornada que de se realiza con todo el personal de la empresa. -Debe tener unos temas previamente definidos. -Los temas a tratar deben estar vigentes. -Puede contar con material de apoyo para su explicación (presentaciones y videos)	Según necesidad
Miércoles de conocimiento	Espacio online o presencial para propiciar la adquisición de nuevos conocimientos o reforzar los conocimientos previamente adquiridos	Brindar nuevos conocimientos sobre temas corporativos o relacionados con el que hacer de la entidad	Interno	El encuentro se realiza de manera presencial o mediante un programa o herramienta digital en para la entidad puede ser la plataforma teams. - Debe tener definido un tema de interés. - Generalmente es un espacio programado y agendado para el personal. Es un espacio educativo que sirve como estrategia gestión del conocimiento -Se pueden realizar estos espacios con personal interno de la entidad o con invitados externos	Semanal
Webinar	Seminario, conferencia o charla realizada en la web con el objetivo de difundir	Entregar a través de una plataforma web, y mediante video contenido relevante	Interno Externo	La transmisión del webinar se realiza mediante un programa o herramienta digital. - Debe tener definido un tema de interés	Mensual



	PLAN DE MEDIOS, ESPACIOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS			Código Versión Tipo Implementación	PL-M1-CO-1 4 PLAN 09/02/2021
MEDIOS EXTERNOS	ESCENCIA	OBJETIVO	PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO	FRECUENCIA
<p>Red social (Twitter, facebook, instagram, Youtube)</p>	<p>Medios de comunicación digitales, que funcionan como redes sociales que se centra en encontrar gente para relacionarse en línea mediante la publicación de contenidos en nuestro caso de carácter corporativo</p>	<p>Difundir información de manera digital y de forma masiva buscando un relacionamiento, posicionamiento de la marca y difusión de la misión de la entidad.</p>	<p>Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación</p>	<p>para un público específico. - Sustitutos de clases en cursos on-line - El contenido se presenta en versión video. - Generalmente es un espacio gratuito con el que se busca atraer clientes o fidelizar los existentes. Es un espacio educativo o sirve como estrategia de marketing</p>	<p>Periódica</p>
<p>Boletín externo</p>	<p>Medio digital de comunicación externa que permite informar de manera clara y detallada temas generales de la Empresa y que son de interés general</p>	<p>Difundir de manera ágil y masiva información que es de carácter importante para los clientes. - Informar de manera noticiosa. - Dar a conocer lo que sucede en la empresa. - Fidelizar clientes externos</p>	<p>Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación</p>	<p>Medio Formal - Contiene textos cortos. - Máximo una página. - Es digital, se envía por correo electrónico. - Se acompaña de imágenes para hacerlo llamativo. - Puede tener hipervínculos. - Es rápido. - Económico. - Fácil de crear - Se genera por el proceso de comunicaciones con el apoyo de la Dirección Comercial. - Es para enviar información actualizada, relevante, permite reforzar temas puntuales, productos, servicios ayuda a promover aspectos que tienen relación con la seguridad, tecnología o del objeto del negocio en general.</p>	<p>Opcional, según ne</p>
<p>Cuñas radiales</p>	<p>Medio de información auditivo que permite posicionar la marca, promocionar, difundir y promover masivamente información en cuanto a servicios, premios proyectos, cambios o campañas institucionales con temas de interés para la ciudadanía.</p>	<p>Informar a la comunidad los avances, cambios, servicios y campañas que ofrece la empresa o que se adelantan desde la misma.</p>	<p>Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación</p>	<p>Medio formal - Deben ser concisas - Con información clara y precisa - Llamativas y con buena locución - Con información institucional y de interés. - No deben superar los 30 segundos.</p>	<p>Según plan de paut recursos para la mi: Esto se realiza bajo aprobación de Gere Actualmente no se con ellas</p>
<p>Video Institucional</p>	<p>Medio audiovisual a través del cual se presenta en imágenes de video información y datos corporativos de la Empresa</p>	<p>Mostrar a tus grupos de interés qué hace la empresa, cuál es su filosofía, su visión a futuro, entre muchos otros factores. - Informar los cambios y transformación que ha vivido la entidad a través del tiempo. - Promocionar los servicios de la empresa. Mostrar a tus grupos de interés qué hace la empresa, cuál es su filosofía, su visión a futuro, entre muchos otros factores. - Informar los cambios y transformación que ha vivido el Hospital a través del tiempo. - Promocionar los servicios de la empresa.</p>	<p>Cientes internos. Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación</p>	<p>Debe ser un medio actualizado - Con datos e información oficial y precisa - Debe contener imágenes propias que promuevan la imagen corporativa. - Debe tener un formato en buena calidad y genérico que pueda ser proyectado desde cualquier equipo de computador y de reproducción de audio y video. - Se puede presentar en reuniones con clientes, proveedores, en presentaciones corporativas, jornadas de inducción, etc. Debe ser un medio actualizado - Con datos e información oficial y precisa - Debe contener imágenes propias que promuevan la imagen corporativa. - Debe tener un formato en buena calidad y genérico que pueda ser proyectado desde cualquier equipo de computador y de</p>	<p>Se actualiza o se re según necesidades premios, mejoras di infraestructura, etc.</p>



	PLAN DE MEDIOS, ESPACIOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS			Código Versión Tipo Implementación	PL-M1-CO-1 4 PLAN 09/02/2021
				reproducción de audio y video. -Se puede presentar en reuniones con clientes, proveedores, en presentaciones corporativas, jornadas de inducción, etc.	
Portafolio de servicios	Es un documento corporativo que permite presentar a los clientes qué es la empresa y sus servicios y se convierte a su vez en un espacio para promover la imagen corporativa.	Brindar información clara y concisa sobre la empresa y sus productos o servicios.	Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Debe ser breve. -Conciso. -Claro. -Llamativo. -Proyectar la imagen corporativa. -Fácil de entregar. -Debe detallar la oferta comercial de empresa. -Debe contener la misión y la visión de la empresa. -Tiene los datos generales de contacto. -Puede ser digital o impreso. -Ideal que contenga fotos que acompañen el texto	Según necesidad
Página web	Sitio web en el que se pueden detallar ampliamente los servicios, productos, noticias e información relevante de la empresa.	Ofrecer a los visitantes toda la información posible sobre todos y cada uno de los servicios que la empresa puede ofrecer.	Cientes internos. Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Medio formal. -Cuenta con varias secciones y estas pueden ir agrupadas por categorías. -Ofrece un espacio de contacto, de ubicación y de solicitudes, peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, información que por Ley debe permanecer visible y actualizada. -Contiene información de interés y debe ser actualizada. -Proyecta los productos, servicios, noticias y documentos de interés público.	Permanente
Pendón Corporativo	Letrero que se ubica en un lugar visible para proyectar la imagen, producto o servicio de la empresa	Proyectar la imagen corporativa en lugares o eventos públicos, buscando generar recordación de marca.	Cientes internos. Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Medio formal. -Tiene medidas promedio de 1 x 2 mts -Impresión sobre una Lona. -Impreso por una cara. -Impresión a full color. -Conserva la imagen corporativa. -Puede ir colgado o sobre una base o portapendón.	Según eventos o actividades pública
Boletín de prensa	Publicación de carácter oficial sobre un tema determinado	Dar a conocer a la opinión pública información de interés sobre la empresa.	Medios de comunicación. Ciudadanía	Medio oficial. -Noticioso. -Claro. -Responde el qué, cómo, cuándo, dónde, por qué o para qué. -Debe ser autorizado por la Gerencia. -Puede enviarse físico o digital (por correo electrónico)	Según necesidad
Sistema PQRSF	Sistema de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones	Recibir y gestionar oportunamente las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones relacionadas con el servicio o el objeto de la empresa, y que sean expresadas por los clientes, proveedores y ciudadanos en general.	Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Medio formal. -Se pueden recibir las PQRSF por correo, telefónicas, personalmente, personalmente, por la página web o a través de nuestras redes sociales. -Permite evaluar y realizar seguimiento a las necesidades de los clientes de la empresa.	Permanente
Correo info@esu	Servicio de correo electrónico que permite el intercambio de mensajes	Enviar, recibir y gestionar inquietudes en general sobre temas de corporativos. Brindar información detallada, noticiosa y novedosa. Difundir información de la empresa que le aporte al cliente y a la comunidad.	Cientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Medio formal. -Claro. -Ágil. -Económico. -Permite resolver inquietudes. -Posibilita el envío de texto. -Permite adjuntar soportes, imágenes, documentos y audio. -Ahorra papel y fomenta la cultura de cero papel. -Se puede enviar a uno o a varios destinos y usuarios al tiempo.	Permanente
Microvídeos y Video corporativo	Medio audiovisual a través del cual se presenta en imágenes de video información y datos corporativos de la Empresa	Mostrar a los grupos de interés qué hace la empresa, productos, servicios, ideas innovadoras, filosofía, visión a futuro, entre	Cientes internos. Cientes externos.	Deben ser videos actualizados -Con datos e información oficial y precisa -Debe contener imágenes en lo posible propias que promuevan la imagen	Se actualiza o se re actualiza según necesidades corporativas



PLAN DE MEDIOS, ESPACIOS Y FORMAS DE COMUNICACIÓN INTERNOS Y EXTERNOS

Código
Versión
Tipo
Implementación

PL-M1-CO-1
4
PLAN
09/02/2021

muchos otros aspectos.
-Informar los cambios y transformación que ha vivido la entidad a través del tiempo.
- Promocionar los servicios de la empresa.

Proveedores.
Ciudadanía en General.
Medios de Comunicación

corporativa y que motiven con su contenido.
-Debe tener un formato en buena calidad y genérico que pueda ser proyectado desde cualquier equipo de computador o celular.
-Se puede presentar en reuniones con clientes, proveedores, en presentaciones corporativas, jornadas de inducción, webinars, miércoles de conocimiento, en el sitio web, en las redes sociales, intranet, etc.

ESPACIOS EXTERNOS DE COMUNICACIÓN	ESCENCIA	OBJETIVO	PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO	FRECUENCIA
Eventos o certámenes	Hecho o suceso que ocurre y tiene cierta importancia o características especiales que lo hacen de interés.	Convocar cierto tipo de público con intereses comunes con el fin de realizar una actividad específica.	Clientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Evento formal. -Puede organizarlo la Empresa o podemos ser convocados por un tercero a participar de alguno. -Puede ser de carácter social, cultural y/o empresarial. -Puede ser público o privado. -Permite posicionar la marca, su objeto y sus servicios. -Permite acercarse a clientes actuales o llegar a clientes potenciales -De velarse por la proyección adecuada de la exposición y proyección de la marca.	Ocasionalmente
Rendición de Cuentas	Es una expresión de control social, que comprende acciones de petición de información y de explicaciones, así como la evaluación de la gestión.	Transmitir de forma transparente la gestión de la administración pública para lograr la adopción de los principios de Buen Gobierno.	Clientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General. Medios de Comunicación	Espacio formal. -Práctica periódica. -Ejercicio permanente que debe afianzar las relaciones y generar diálogo entre el Estado-Ciudadano. -Debe tener una estrategia anual para la rendición de cuentas. -Debe contener información datos, estadísticas e informes. -Debe informar, explicar y dar a conocer los resultados de la gestión a los ciudadanos, la sociedad civil, otras entidades públicas y a los organismos de control, a partir de la promoción del diálogo. -Está basado en el informe de gestión anual	Anual
Stand	Mueble comercial con que cuenta la empresa y sirve para la promoción y posicionamiento de la marca	Promocionar y comercializar, los productos, servicios, proyectos y actividades que realiza la empresa con el fin de venderlos o posicionarlos.	Clientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General.	Espacio formal. -Espacio Comercial. -Tiene imagen corporativa. -Desde éste se puede entregar el portafolio de servicios y reproducir el video corporativo. -Debe ser atractivo y con alto impacto visual.	Ocasionalmente
Recepción	Oficina situada en el acceso principal de la empresa para recepcionar documentos y clientes en general	Recepcionar, gestionar los documentos e inquietudes de las personas que se acercan a la empresa.	Clientes externos. Proveedores. Ciudadanía en General.	Espacio Formal. - Es gestionado por una recepcionista. -Tiene contacto telefónico, personalizado y por computador.	Permanente
FORMAS INTERNOS DE COMUNICACIÓN	ESCENCIA	OBJETIVO	PÚBLICO	CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO	FRECUENCIA
Verbal	Es el proceso de comunicación en la que se utilizan signos en el mensaje, puede ser oral o escrita	Comunicar de manera oral o escrita una idea, un pensamiento, un mensaje o información general.	Clientes internos Clientes externos Ciudadanía en General Proveedores Medios de comunicación	La comunicación oral, es a través de signos orales y palabras habladas de forma gestual. -La comunicación escrita, es por medio de papel o mensajes.	Permanente
No verbal	Es el proceso de comunicación en que se utilizan los gestos, la apariencia, la postura, la mirada y expresión.	Comunicar de manera gestual un pensamiento, una idea o una imagen.	Clientes internos Clientes externos Ciudadanía en General Proveedores Medios de comunicación	Suele emplearse junto con la comunicación verbal. -Hacen parte de la comunicación no verbal y el lenguaje corporal.	Permanente
Campaña	Conjunto de actividades o de esfuerzos que se realizan durante cierto tiempo y están	Realizar acciones con el propósito de lograr un fin o un impacto	Clientes internos Clientes externos Ciudadanía en General	Es un medio formal. -Se apoya en diferentes medios, orales, escritos, masivos, propios, redes sociales,	Según necesidad



				Código Versión Tipo Implementación	PL-M1-CO-1 4 PLAN 09/02/2021
	encaminados a conseguir un fin.	determinado o con el ánimo de influir en la mente de alguien.	Proveedores Medios de comunicación	electrónico, impresos, etc. -Desarrolla estrategias. -Tiene un concepto. -Tiene una identidad gráfica que la caracteriza y permite generar recordación. -Puede ser evaluable o medible en su impacto.	
Charla / Conferencia	Encuentro para conversar entre dos o más personas con el fin de desarrollar un tema específico.	Socializar de forma directa, clara, dinámica un tema específico.	Clientes internos Clientes externos Ciudadanía en General Proveedores Medios de comunicación	Espacio formal o informal según necesidad. -Son planificadas. -Tiene un objetivo específico. -Tienen una duración de tiempo determinado. -Cuenta con equipos de apoyo como PC, video Beam, sillas. -Cuenta con el registro listado de asistencia para base de datos.	Según necesidad

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Usuario	Comentario
3	13/04/2020	Marcela Salazar Valencia	Actualización de acuerdo a nuevos r necesitaron ajustes.
4	09/02/2021	Marcela Salazar Valencia	Plan de medios 2021

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Alejandra Molina Vanegas Profesional Universitario - Oficina Estrategia (Comunicadora) Fecha de elaboración: 09/02/2021	Marcela Salazar Valencia Profesional Especializado - Oficina Estrategica Fecha de revisión: 09/02/2021	Victor Perez Echeverry Jefe de Oficina Estrategica Fecha de aprobación: 09/02/2021

Copia no controlada