

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 1 de 8

1. OBJETIVO

Incrementar posicionamiento, recordación e imagen del Instituto, para proteger su reputación, promover sus servicios y fortalecer su relacionamiento con audiencias de interés a través de estrategias comunicacionales.

2. ALCANCE

Aplica para para todos los funcionarios y contratistas del Instituto Nacional de Salud.

3. DEFINICIONES Y ABREVIATURAS

Boletín mensual o cada dos meses: se refiere al boletín que se emite producto de la información recibida por parte de las direcciones técnicas y de apoyo, con el fin de tener avances en los eventos a realizar durante la semana siguiente, así como los logros, condecoraciones, presentaciones -entre otros-, que sean de relevancia para divulgar a los grupos de interés externos.

Canales externos de comunicación: todos los medios externos dirigidos a los grupos de interés del Instituto Nacional de Salud.

Correo INS comunicaciones: canal para la divulgación de campañas, invitaciones a eventos, boletín INS formativo y otros del Instituto Nacional de Salud a sus audiencias de interés de acuerdo con el objeto de la campaña.

Campaña externa: elaboración de mensajes claves en distintos medios externos, asociados a un concepto principal que tiene como objetivo posicionar temas de interés para la Organización, en sus grupos de interés de acuerdo con el objeto de la campaña.

Comunicado de prensa: información de interés general para periodistas y medios de comunicación, que usa un lenguaje noticioso y tiene como fin informar, alertar y prevenir a la comunidad sobre riesgos para la salud o novedades científicas de interés.

Divulgación: publicar, extender, poner al alcance del público algo. (RAE)

Difusión: propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc. (RAE)

Disposición: publicar poniendo al alcance para consulta. (RAE)

Evento externo: evento de tipo institucional o académico que contribuye al posicionamiento de la Institución.

Estudio de reputación: herramienta para conocer la percepción que el Instituto tiene en sus grupos de interés, por lo general se realizan preguntas relacionadas con transparencia, posicionamiento, impacto social de la entidad, entre otros.

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 2 de 8

Manual de Identidad Visual Institucional: pautas para el uso de la imagen institucional en los canales de comunicación internos y externos, eventos internos y externos, impresos o publicaciones, campañas y piezas digitales e imagen corporativa con fines de comunicación interna y externa.

Redes sociales: medios de comunicación digital del Instituto, para consolidar espacios de divulgación de sus actividades y de posicionamiento en grupos de interés.

Responsables de procesos o sus delegados: todos los líderes del Instituto que tienen a su cargo la gestión y mantenimiento **del proceso de comunicación institucional.**

Publicaciones especializadas: se trata de publicaciones dirigidas a grupos de interés específicos, que sirven como vehículos de gestión del conocimiento y posicionamiento de contenidos técnicos y de carácter científico del INS, **como por ejemplo el Boletín Epidemiológico Semanal, BES, el Informe de Evento, los boletines de información genómica, etc.**

Sitio web: canal de acceso a la información, portafolio de servicios, noticias, eventos, trámites, servicios transaccionales y documentos a los grupos de interés del INS.

Vocero: persona entrenada para hablar en representación de una institución o persona que por su experticia en una temática puede hablar en público o ante un medio de comunicación con propiedad.

4. CONDICIONES GENERALES

4.1 Política de comunicación:

La comunicación en el Instituto Nacional de Salud se reconoce en el marco legal y de acción, primero, como un derecho fundamental que vela por la libertad de expresión e información promulgado en la Constitución Política de Colombia; y segundo, propende por una comunicación que garantice la misión, visión, objetivos y planes institucionales para cumplir con la transparencia de la gestión en salud con los grupos de interés (clientes y partes interesadas).

4.2 Manual de Identidad Visual Institucional:

El Manual de Identidad Visual institucional contribuye al fortalecimiento de la comunicación de la organización, por tanto, el Proceso de comunicación Institucional promueve su divulgación, adopción e interiorización entre los diversos actores a los que les compete su cumplimiento y aplicación. Documento aprobado en Comité de Dirección – 28 de julio de 2015.

4.2.1 Uso del Logo y la marca institucional: El uso del logo y la marca institucional en estrategias de marca compartida debe cumplir con las indicaciones del Manual de Identidad Visual, además debe ser informado por correo institucional al responsable del proceso de comunicaciones para validar la autorización del uso del logo en eventos de cobranding. Es importante tener claro que el INS es una entidad sin ánimo de lucro y en actividades o eventos que sean con fines comerciales o que los invitados deben pagar por el ingreso, no está permitido usar la marca del INS ni hacer uso de la imagen institucional por parte de terceros con este tipo de eventos.

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 3 de 8

4.3 Grupos de Interés del INS: se consideran como grupos de interés del INS para su posicionamiento externo y su reputación e imagen los siguientes:

Grupos de Interés	Descripción
Comunidad	- Son los ciudadanos que interactúan con el INS en su calidad de donantes de sangre, o personas naturales que expresan su voluntad de ser donantes a la Red de Trasplantes y Donación de Órganos y Tejidos, familiares de receptores de la Red. Estos son los ciudadanos que de manera frecuente interactúan con el Instituto. - Otros ciudadanos, que se ven involucrados en nuestros proyectos de investigación, porque tienen o presentan enfermedades que son objeto de estudio y de interés para la salud pública del país. - La comunidad en general, que se ve expuesta a la información sobre salud pública, alertas y recomendaciones que hace el INS, cuando se trata de virus, agentes infecciosos y cualquier otra situación que afecte la salud pública.
Organismos Internacionales	- Son los Organismos con los cuales el Instituto interactúa. Se trata de Organismos que tienen su esfera de acción en el nivel regional, continental o mundial, están integrados o acogidos por los estados-nación para el desarrollo de proyectos de cooperación bilateral, multilateral, o para la implementación y desarrollo de acuerdos entre países, procurando los lazos de cooperación entre los países para avanzar en temas de salud pública que afectan a todos. - Algunos de esos Organismos Internacionales con los que el INS interactúa: Organización Mundial de la Salud, OMS, Organización Panamericana de la Salud, OPS, IANPHI, ISAGS-UNASUR.
Opinión pública	- Medios de comunicación locales, nacionales, regionales que informan a la Comunidad en general sobre los resultados de investigaciones, noticias, productos y servicios, reglamentaciones, que tengan un impacto en la comunidad, en la salud pública y en la interacción con clientes del INS. - Medios especializados del Sector salud: publicaciones solo dedicadas al estudio, la investigación y la generación de información para el sector salud.
Entidades gubernamentales	- Relación con entidades del sector Gobierno, del mismo sector o de otros sectores, para cumplir con los propósitos misionales del INS, fortalecer la coordinación y articulación de iniciativas de afines y de interés en salud pública. - A este grupo también pertenecen las agencias de cooperación del Estado, los entes de control, las agencias afines al Instituto Nacional de Salud, el Congreso Nacional y el Ejecutivo.
Gremios y entidades del sector salud	Relación con entidades adscritas al Ministerio de Salud y Protección Social, asociaciones gremiales como las conformadas por las EPS, las IPS públicas y privadas.
Academia y Comunidad Científica	La comunidad científica en universidades, unidades e institutos de carácter académico y científico, sociedades científico-gremiales, grupos de investigación científicos de carácter privado y público, a través de los cuales el

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 4 de 8

	Instituto divulga y gestiona su conocimiento.
Cientes	Los clientes a quienes el Instituto provee servicios y productos son los distribuidores de suero antiofídico, comercializadores de plaguicidas, agencias del gobierno, investigadores privados y públicos, universidades, unidades e institutos académicos y de carácter científico, laboratorios clínicos.
Proveedores	Personas naturales o jurídicas que proveen servicios, insumos y productos para el Instituto Nacional de Salud.
Cientes internos (funcionarios y contratistas)	Todos los responsables de procesos, colaboradores del Instituto, directivos y contratistas.

4.4. La comunicación con la ciudadanía hace parte fundamental del Instituto Nacional de Salud, por los objetivos misionales del INS y por ser una entidad de cara a los ciudadanos, para lo cual el proceso de Atención al Ciudadano es el responsable de velar por una adecuada comunicación con los ciudadanos que se acercan e interactúan con el Instituto Nacional de Salud. En este propósito es apoyado por el proceso de comunicaciones institucional.

4.5. La comunicación con entes de control y vigilancia debe ser apoyada por todos los procesos responsables de producir información con esos fines, garantizando la veracidad y oportunidad en la entrega, además de la transparencia permanente, brindando una interacción con grupos de interés en el marco de canales claramente definidos e información dirigida a divulgar la gestión del Instituto, sus resultados y proyectos en un lenguaje comprensible y claro para los distintos grupos de interés.

4.6. Los procesos tendrán un plazo de 8 días hábiles para su realización una vez se haya efectuado la solicitud a través de la Consola de Servicios. Cabe resaltar que hay casos que la complejidad del diseño requiera de más tiempo, y este será discutido con el área técnica.

4.7. A través de un chat directo con los directores técnicos, y de apoyo y con la Dirección General, se operará el **boletín mensual o bimensual** que se denomina Lo Último con el fin de obtener los insumos requeridos para el manejo de publicación de logros, eventos, reconocimientos, entre otros, por parte de cada una de las direcciones técnicas.

5. CONTENIDO

¿QUÉ? (ACTIVIDAD)		¿QUIÉN? (RESPONSABLE)	¿CÓMO?	REGISTROS
1.	Gestionar correos directos a Grupos de Interés del INS	Dirección General Directores (responsables de procesos misionales) o sus delegados	Solicitando formalmente al proceso de comunicación institucional el envío de un correo directo. Suministrando la base de datos actualizada si es necesario o utilizando la ya configurada en la herramienta	Los soportes de correos que han sido enviados.

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
		POE-D03.0000-002	2023-12-29
			Página 5 de 8

¿QUÉ? (ACTIVIDAD)		¿QUIÉN? (RESPONSABLE)	¿CÓMO?	REGISTROS
			Definiendo el mensaje clave a transmitir por grupo de interés Enviando por herramienta de correo masivo, haciendo previamente unas pruebas.	
2 <u>PC</u>	Gestionar contenidos en redes sociales y sitio web	Profesionales o contratistas del Grupo de Comunicaciones Dirección General Directores (responsables de procesos misionales) o sus delegados Oficina de Tecnologías de la Información y la Comunicación	<u>Revisando las solicitudes que llegan a la consola de servicios con contenidos claves a transmitir a través de los distintos canales externos de la entidad.</u> Definiendo unos lineamientos para el desarrollo de los mensajes claves y las temáticas. Estableciendo estrategia de comunicación digital para el uso de los contenidos en redes sociales. <u>Monitoreando</u> los indicadores de gestión para redes sociales, <u>según lo permita la herramienta.</u> Realizando la adecuada actualización y publicación en la página web institucional	<u>Registro generado por la consola de servicios.</u> Mensajes claves y temáticas. Estrategia de comunicación digital. <u>Indicadores de gestión: número de impresiones, likes, menciones, mensajes positivos, negativos, Rt, comentarios, etc.</u>
3.	Gestionar contenidos en las publicaciones del Instituto	Profesionales o contratistas de la Oficina de Comunicaciones Dirección General	Recibiendo información de las direcciones técnicas del INS. <u>Planeando</u> la actividad a ejecutar, tomando la mejor estrategia para el desarrollo e implementación. <u>Realizando</u> los insumos a publicar. Solicitando aprobación de publicación. Ver procedimiento POE-D03.0000-001 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	Boletines, infografías, piezas gráficas, campañas, carteleros, pantallas informativas, intranet, salvapantallas.
4.	Gestionar medios de comunicación	Profesionales o contratistas de la Oficina de Comunicaciones Dirección General y voceros autorizados	Recibiendo información de las direcciones técnicas del INS. <u>Planeando</u> la actividad a ejecutar, tomando la mejor estrategia para el desarrollo e implementación. <u>Realizando</u> los insumos a publicar. <u>Solicitando</u> aprobación de publicación. Ver procedimiento <u>Nota 1:</u> La estrategia utilizada para la elaboración de boletines de prensa dependerá de	Boletines de prensa Entrevistas

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 6 de 8

¿QUÉ? (ACTIVIDAD)	¿QUIÉN? (RESPONSABLE)	¿CÓMO?	REGISTROS
		la <u>coyuntura, la estrategia y los riesgos reputacionales latentes o no.</u>	
5. <u>PC</u>	Gestionando las campañas priorizadas sobre temas estratégicos del INS Profesionales o contratistas del Grupo de Comunicaciones Dirección General Directores (responsables de procesos misionales) o sus delegados	Definiendo los temas priorizados durante el año para la elaboración de campañas <u>Planeando</u> las actividades a realizar según el tema y los grupos de interés que apliquen <u>Recibiendo</u> la información por parte de las áreas técnicas <u>Realizando</u> los insumos a publicar <u>Solicitando</u> aprobación de publicación	Campañas de posicionamiento
6.	Gestionar la obtención de los insumos para la construcción del boletín. Oficina de Comunicaciones	<u>Solicitando</u> a través del chat destinado para este fin la información semana a semana de cada una de las direcciones técnicas <u>Realizando reportería a fuentes técnicas del INS según los temas priorizados y la estrategia del INS.</u> <u>Generando Redacción, edición y diagramación del boletín.</u> <u>Generando</u> las piezas para difusión a través de redes y página web	Registro del chat Boletines semanales históricos Piezas de divulgación por redes
7.	Gestión de los espacios para realizar sondeos de reputación e imagen del INS Oficina de Comunicaciones	<u>Realizando</u> la socialización previa con la información para el sondeo <u>Realizando</u> la consolidación de la información recibida en el sondeo	Informes de resultados de evaluación
	Comunicaciones	<u>Planeando</u> la metodología del sondeo	Aplicación de las herramientas para realizar el sondeo

6. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Nuevos lineamientos gráficos de imagen de gobierno

<https://drive.google.com/drive/folders/1Uwc8YtrZbaHPxQcf1GJJCE-QyEbgGZrz?usp=sharing>

<https://drive.google.com/drive/folders/1Uwc8YtrZbaHPxQcf1GJJCE-QyEbgGZrz>

Constitución Política de Colombia.

Artículo 61- El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la Ley.

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 7 de 8

Ley 1712 de 2014, por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

La norma estatutaria establece la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.

Referencia tomada de: <http://www.anticorruccion.gov.co/SiteAssets/Paginas/Publicaciones/ley-1712.pdf>

Convenio de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Los orígenes de la OMPI se remontan a 1883 y a 1886, cuando se adoptaron, respectivamente, el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Ambos Convenios preveían el establecimiento de sendas "Oficinas Internacionales".

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1967). Referencia tomada de: https://www.wipo.int/treaties/es/convention/summary_wipo_convention.html

7. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN			DESCRIPCIÓN
	aaaa	mm	dd	
00	2016	03	23	Creación del documento
01	2020	02	21	Se modifica el título del procedimiento. Se modifican las definiciones, y se eliminan los verbos que estaban en la versión anterior. Se incluyen los canales de divulgación. Se adicionan las actividades 1 – 7, con sus responsables y procesos. Se integra la información de los documentos INT-D03.0000-002 y el INT-D03.0000-004
02	2023	12	29	En definiciones y abreviaturas se modifica redacción del Boletín a mensual o cada dos meses y se complementa redacción de publicaciones especializadas Condiciones Generales: se incluye condición para uso del logo Ítem 5 Contenido: se fortalece redacción de actividad 2 junto a sus respectivas evidencias Se modifica redacción de acuerdo con los lineamientos para documentar el SIG (Actividades en gerundio) en el "¿Como?" del numeral 3, 4, 5, 6 y 7 del CONTENIDO Se enumera nota 1 en el numeral 4 del CONTENIDO En la actividad 6 se incluye información adicional Las actividades 2 y 5 del CONTENIDO se asignan como puntos de control

8. ANEXOS

N/A

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	PROCESO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN, IMAGEN Y RECORDACIÓN DEL INS	Versión: 02
			2023-12-29
		POE-D03.0000-002	Página 8 de 8

 INSTITUTO NACIONAL DE SALUD	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
	Carolina Villada Mejía	Carolina Villada Mejía Walter Alfonso Florez Florez	Giovanni Rubiano García
	Profesional Especializado – Oficina de Comunicaciones	Profesional Especializado – Oficina de Comunicaciones Asesor Dirección General	Director General