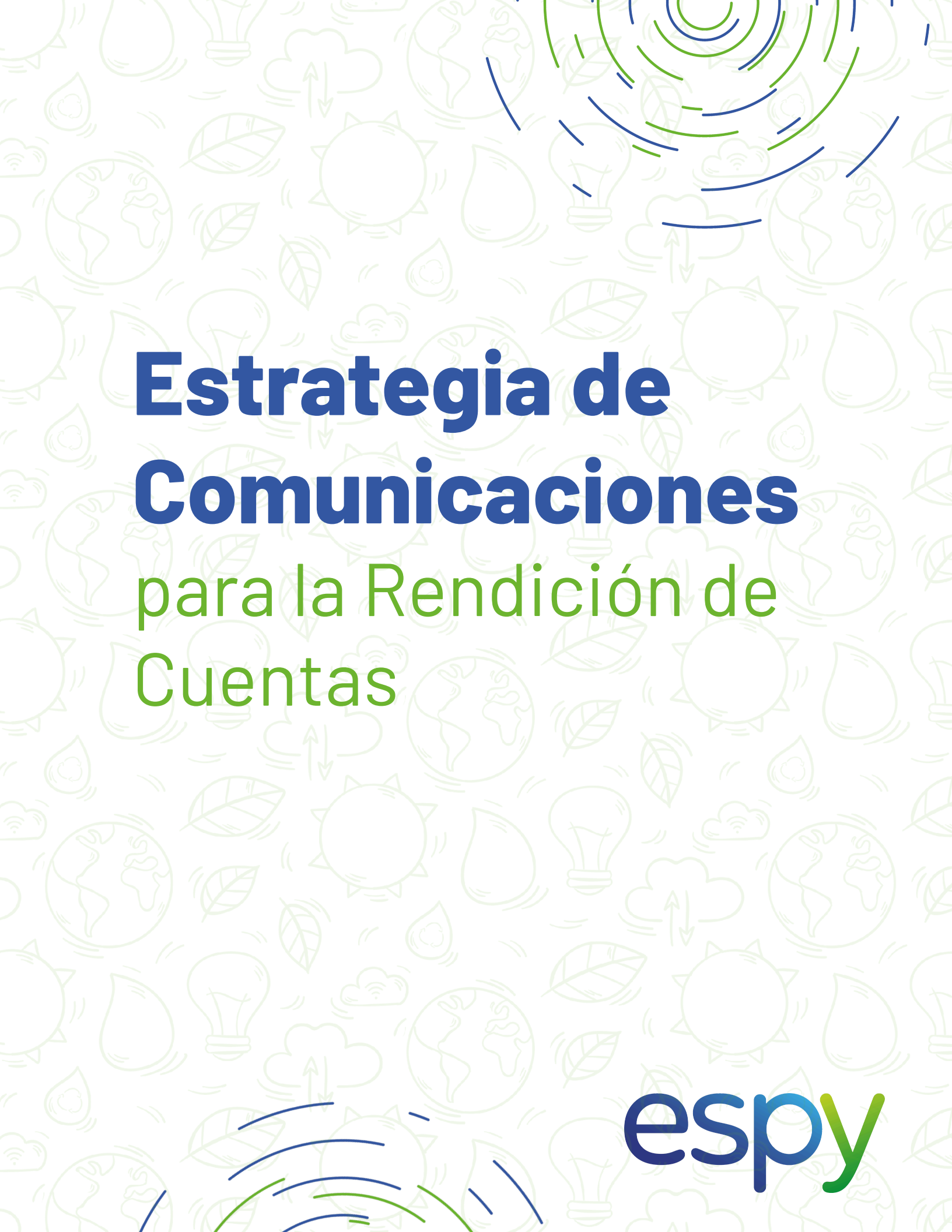




Estrategia de Comunicaciones para la Rendición de Cuentas

espy

1. Objetivos de la Comunicación

- **Informar:** divulgar de manera clara, oportuna y accesible a la ciudadanía y grupos de valor la gestión realizada, el uso de los recursos públicos, los resultados y el cumplimiento de las metas institucionales de la Empresa.
- **Promover la Participación y el Diálogo:** generar espacios e incentivar la participación activa de los ciudadanos para que realicen preguntas, aportes, evaluaciones y propuestas de mejora sobre la gestión de la ESPY S.A. E.S.P.
- **Fortalecer la Confianza y la Transparencia:** Posicionar a la Empresa como una organización transparente, responsable y abierta al escrutinio público, mejorando la confianza en la gestión.
- **Recoger Retroalimentación:** Obtener insumos de la ciudadanía y grupos de interés para mejorar continuamente la gestión y ajustar las políticas/acciones de la Empresa.

2. Grupos de Interés

Identificar y clasificar las audiencias para adaptar los mensajes y canales:

- **Internos:** funcionarios, contratistas, trabajadores oficiales, Directivos, Junta Directiva.
- **Externos:** Comunidad, entes de control, Concejo Municipal, medios de comunicación y proveedores.

3. Mensajes Clave

Los mensajes deben ser sencillos, contundentes y responder a las principales inquietudes de la ciudadanía. Se deben fragmentar los mensajes por audiencia y canal.

- **Eje central: "Logros y Resultados en la vigencia"**
 - Cumplimiento de metas del Plan de Gestión y Resultados.
 - Uso responsable y eficiente de los recursos públicos.
 - La voz del ciudadano cuenta: aportes de la ciudadanía incorporados.

4. Tácticas y Canales de Comunicación

Definir los medios y herramientas por fase del proceso de Rendición de Cuentas.

4.1 Fase Previa

Actividad	Canal	Objetivo
Convocatoria	Correo masivo a base de datos e invitación para redes sociales	Garantizar la máxima asistencia y participación
Publicación de informe preliminar	Página web institucional	Permitir el análisis previo de la información por parte de la ciudadanía.
Recolección de preguntas previas	Correo electrónico y formulario en línea	Identificar temáticas de mayor interés para enfocar el diálogo.
Comunicaciones internas	Intranet y correo institucional	Involucrar y capacitar a los funcionarios para la atención al ciudadano.

4.2 Fase de Ejecución

Actividad	Canal	Objetivo
Audiencia Principal	Evento presencial o virtual (Transmisión en vivo por Facebook Live).	Presentar la gestión y generar diálogo directo
Diálogos con ciudadanos	Moderador que recoja preguntas de los asistentes (presenciales o virtuales)	Garantizar la respuesta a las inquietudes
Piezas visuales	Infografías, videos cortos con impacto	Presentar datos complejos de forma clara y atractiva



4.3. Fase Posterior

Actividad	Canal	Objetivo
Publicación de documentos finales	Video de la Audiencia Pública	Consolidar la información
Evaluación de satisfacción	Encuesta de percepción en línea o física después del evento	Medir la efectividad de la estrategia y la satisfacción ciudadana.
Socialización de compromisos	Boletín de prensa y redes sociales	Informar sobre los compromisos adquiridos y el resumen del evento

5. Cronograma General

Definir las tres fases con fechas estimadas.

Fase	Duración estimada	Actividades clave	Responsables
Preparación	4 - 6 semanas previas	Definición de contenidos, diseño de piezas y convocatoria	Oficina de Planeación/Comunicaciones
Ejecución	1 día	Desarrollo del evento	Gerencia/Planeación/Comunicaciones
Evaluación y seguimiento	2 - 4 semanas	Publicación de Informe final, video del evento y encuesta	Planeación/Comunicaciones/Control Interno