




MANUAL		CÓDIGO	GE-S3-M4
MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 1 DE 13	

TABLA DE CONTENIDO


1	INTRODUCCIÓN.....	2
2	OBJETIVO GENERAL.....	3
3	ALCANCE.....	4
4	DEFINICIONES	5
5	MARCO LEGAL.....	7
6	DESARROLLO DEL DOCUMENTO.....	8
6.1	Manual de austeridad del gasto en publicidad y propagada	8
6.2	Responsabilidades.....	11
6.3	Articulación con el modelo integrado de planeación y gestión (mipg):.....	11
7	BIBLIOGRAFÍA.....	12

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 2 DE 13	

1 INTRODUCCIÓN


A lo largo de la historia y como institución prestadora de servicios de salud para toda la población neivana y sus alrededores, ha sido de vital importancia la presentación de información y comunicación direccionadas a los usuarios, de tal manera que se han determinado algunos recursos cuya ejecución disponga de acciones a través de las que se generen alternativas o estrategias de presentar información ya sea escrita o verbal, impresa, grafica o haciendo uso de los medios masivos de información constituidos legalmente en la ciudad. Cada año se dispone del recurso denominado publicidad y propaganda, mediante el que las áreas TCI y Comunicaciones, con necesidades de información previamente definidas, presentan a los usuarios información sobre el acontecer diario y generar estrategias para la difusión de comunicaciones que orienten al usuario e incluso al funcionario de lo desarrollado desde los diferentes servicios, áreas y sedes de la institución.

Por lo anterior, se determina como necesidad el impartir directrices para la asignación y ejecución racional de estos recursos que permitan impactar a la ciudadanía de manera efectiva y le generen a la institución garantía de ahorro y eficiencia del recurso dispuesto.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 3 DE 13	

2 OBJETIVO GENERAL

Fortalecer el uso racional de los recursos públicos, conllevando a una cultura de ahorro, siguiendo los lineamientos para la administración y ejecución de los recursos destinados al rubro publicidad y propaganda en la ESE Carmen Emilia Ospina, que permitan la eficiencia, eficacia y contribución a la austeridad del gasto.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICACIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 4 DE 13	


3 ALCANCE

El presente manual de Austeridad del Gasto en Publicidad y Propaganda debe ser adaptado por funcionarios y contratistas de la ESE Carmen Emilia Ospina de Neiva en el ejercicio de sus funciones y actividades.




4 DEFINICIONES

1. **Manual:** documento que recopila aspectos básicos y esenciales de un tema específico con el objetivo de ayudar a comprender mejor el funcionamiento de algo, su forma de acceso o realización de cierta actividad.
2. **Lineamiento:** Tendencia característica de algo para lograr la toma de decisiones y afirmaciones.
3. **Austeridad:** A la política recorte del déficit público bajando los gastos mediante la reducción en la cantidad de beneficios y servicios públicos proporcionados. Las políticas de austeridad se utilizan frecuentemente por los gobiernos que tratan de reducir su déficit; a veces pueden ir unidos al incremento de impuesto para demostrar la solvencia fiscal a largo plazo a los acreedores.
4. **Eficacia:** Grado en el que se realiza las actividades planificadas y se alcanza los resultados planificados. **Eficiencia:** Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados.
5. **Optimizar:** Acción designada para buscar la mejor forma de hacer algo.
6. **Racionalizar:** Es una forma de organizar el trabajo con el objetivo de aumentar el rendimiento o reducir el costo con un mínimo esfuerzo. También, es un conjunto de medidas adoptadas para alcanzar un objetivo determinado a menor gasto.
7. **Publicidad:** Es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICACIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 6 DE 13	


8. **Propaganda:** método de comunicación cuyo objetivo es dar a conocer una información con la intención de influir en el público para que actúe de una manera determinada o utilice un determinado servicio o producto.

9. **Recurso:** son los distintos medios o ayuda que se utiliza para conseguir un fin o satisfacer una necesidad. También, se puede entender como un conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa como: naturales, humanos, forestales, entre otros.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICACIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 7 DE 13	

5 MARCO LEGAL

- Decreto 26 de 1998. “Por el cual se dictan normas de austeridad en el gasto público.” Congreso de la República.
- Decreto 1737 DE 1998 “Por el cual se expiden medidas de austeridad y eficiencia y se someten a condiciones especiales la asunción de compromisos por parte de las entidades públicas que manejan recursos del Tesoro Público”.
- Programa de renovación de la administración pública: hacia un estado comunitario Presidente de la República
- Plan de Austeridad. Presidente de la República
- PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA. Decreto 1499 de 2017 Modelo integrado de planeación y gestión. “Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83433>.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 8 DE 13	

6 DESARROLLO DEL DOCUMENTO

6.1 *Manual de austeridad del gasto en publicidad y propagada*

La ESE Carmen Emilia Ospina de Neiva, establece el Manual de Austeridad del Gasto en Publicidad y Propaganda con el objetivo orientación para la asignación y distribución del recurso presupuestan para la ejecución de actividades contempladas bajo el rubro de publicidad y propaganda dentro de la institución.

Partiendo del presente manual y de la política establecida en la entidad, se genera información para brindar garantía de ahorro, sostenibilidad y verificación del uso eficiente del recurso que se pone a disposición para el cumplimiento de las funciones institucionales y que hacen parte de las acciones que apoyan el buen desarrollo de la labor desde las diferentes áreas, programas y servicios.

En ese orden de ideas, el presente manual establece unos parámetros que deberán ser tenidos en cuenta al momento de dar manejo al recurso asignado por concepto gastos por publicidad y propaganda.

1. Verificación de las necesidades para ser incluidas en el Plan Anual de Adquisiciones de la entidad. En este caso, se deberán reunir las áreas Gerencia, Subgerencia, Presupuesto, Área Técnico-científica, TIC y Comunicaciones para analizar el gasto a través del rubro en la vigencia inmediatamente anterior a la reunión y así mismo tomar determinaciones sobre la efectividad de la inversión, la eficiencia del manejo de estos recursos y el aporte que las acciones generadas con el uso del mismo, trajo a la entidad y a la labor desarrollada desde la misma.

2. Revisión anual del análisis del diagnóstico de comunicaciones ejecutado en la entidad. Como apoyo al análisis que realizan las áreas encargadas de



verificar la ejecución de este rubro presupuestan y la eficiencia de la inversión, se deberá poyar con un documento que mida la efectividad de la inversión al exterior de la institución, en este caso, el aporte de la información presentada a la comunidad usuarios o personal externo, mediante la ejecución del recurso presupuestal. (Mensajes a través de pautas publicitarias en medios de comunicación masivos, estrategias de difusión, señalización y demarcación, etc.).


3. Desarrollo de estudio de mercado para la asignación de recursos para la ejecución de las diferentes acciones. Para esto, el área de contratación deberá apoyar la ejecución de un estudio de mercado que permita verificar y estructurar de manera técnica los recursos antes de ser invertidos, de tal manera que se logre la asignación de estos con el propósito de generar eficiencia y cumplimiento, al mismo tiempo que se brinde garantía de transparencia de inversión, rendimiento y ahorro del recurso.
4. Seguimiento a la asignación y ejecución de recursos y racionalización de los mismos según prioridades establecidas. El o las áreas encargadas de la ejecución de acciones a través de este recurso deberán realizar seguimiento a la asignación y ejecución, para que el proceso se desarrolle de manera transparente y cumpla con los requisitos establecidos y las especificaciones técnicas pactadas, tales como:
 - Los gastos de publicidad tanto en medios tales como Perifoneas y publicaciones y en otros medios de comunicación como internet, radio y televisión se limitarán a la difusión de actividades institucionales y con el único fin de informar a la opinión pública.
 - Las publicaciones de cartillas, folletos o boletines de interés general se realizarán preferiblemente en formato electrónico que permita su

**MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA**

descarga desde la página web, reduciendo el número de ejemplares a imprimir, en el caso de determinar la importancia de la impresión, deberá contar con justificación para la inversión.

- Las publicaciones e impresiones de carácter interno deberán difundirse preferiblemente en medio magnético a través de la intranet como herramienta de comunicación interna masiva y donde se publicará la información de interés general clasificada por las diferentes áreas o servicios.
- Evaluación del impacto generado a través de las acciones desarrolladas bajo la asignación de los recursos. Para esto, se tomará como base el diagnóstico del área de comunicaciones que mide la eficiencia de generación de información, como también las estrategias para el trabajo de la imagen institucional al interior y exterior de la entidad.

Basado en lo anterior la entidad responderá al uso eficiente del recurso de publicidad y propaganda que de manera principal es direccionado a las áreas TIC y comunicaciones con el objetivo de apoyar el desarrollo de las actividades institucionales, destacando a través de piezas audiovisuales, acompañamientos gráficos y acciones conjuntas con medios de comunicación lo desarrollado desde la entidad prestadora de servicios de salud de la entidad, cuyo direccionamiento principal está enmarcado en la necesidad de ofertar y visibilizar los servicios institucionales a la comunidad de la ciudad de Neiva y lograr participación en cada una de las actividades desarrolladas, además de generar educación y acondicionamiento del ambiente físico a todos los usuarios.


	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 11 DE 13	

6.2 RESPONSABILIDADES

El presente manual es de carácter general y de importante cumplimiento en el desarrollo de acciones y ejecución presupuestal del rubro publicidad y propaganda y aplica para todos los funcionarios y contratistas de la ESE Carmen Emilia Ospina. Su seguimiento de aplicabilidad e incorporación en la institución se establece como responsabilidad de las áreas presupuesto, control interno, contratación TIC y comunicaciones.

6.3 ARTICULACIÓN CON EL MODELO INTEGRADO DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN (MIPG):

Esta política institucional, se articula con la política de Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, en cumplimiento al Decreto 1499 de 2017.

	MANUAL	CÓDIGO	GE-S3-M4
	MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICACIDAD Y PROPAGANDA	VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 12 DE 13	

7 BIBLIOGRAFÍA

- Congreso de la República. Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Decreto 26 de 1998 “Por el cual se dictan normas de austeridad en el gasto público.” Congreso de la República.
- Ministerio de Hacienda y Crédito Público. Decreto 371 de 2021 “Por el cual se adopta el Plan de Austeridad del Gasto 2021”.
- Presidencia de la República. Modelo Integrado de Planeación y Gestión. Decreto 1499 de 2017. “Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”.



MANUAL		CÓDIGO	GE-S3-M4
MANUAL DE AUSTERIDAD DEL GASTO DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		VERSIÓN	1
		VIGENCIA	23/04/2021
		PAGINA 13 DE 13	

CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Descripción del cambio	Fecha de aprobación
1	Elaboración del documento: Se elabora manual para fortalecer el uso racional de los recursos públicos, conllevando a una cultura de ahorro, siguiendo los lineamientos para la administración y ejecución de los recursos destinados al rubro publicidad y propaganda en la ESE Carmen Emilia Ospina, que permitan la eficiencia, eficacia y contribución a la austeridad del gasto. Y con esto obtener una mejora continua en el subproceso de "Comunicaciones"	23/04/2021
Nombre: Carla Paola Facundo. Contratista área Garantía de la Calidad.		
Nombre: Juan Felipe Cabrera Peña. Contratista área Garantía de la Calidad.	Nombre: Irma Susana Bermúdez Acosta. Contratista área Garantía de la Calidad.	Nombre: José Antonio Muñoz Paz. Cargo: Gerente.
Elaboró	Revisó	Aprobó