

AÑO
2019

LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE SALUD

TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO.....	1
2. ALCANCE	1
3. MARCO LEGAL	1
4. GLOSARIO.....	1
4.1 ABREVIATURAS.....	2
5. GENERALIDADES.....	2
7. CONTROL DE CAMBIOS	7

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--

1. OBJETIVO

Garantizar la comunicación externa del sector salud, a través de la difusión oportuna y clara de información inherente a la entidad y al sector salud.

2. ALCANCE

Desde la identificación de las necesidades de la entidad en materia de comunicación externa, pasando por la formulación del Plan Estratégico de Comunicación Organizacional (PECO), hasta la implementación y evaluación.

3. MARCO LEGAL

Decreto 507 de 2013: Por el cual se modifica la estructura organizacional de la Secretaría Distrital de Salud de Bogotá, D.C.

Circular 002 de 2016: La cual establece la política para el manejo de las comunicaciones en la entidad

NTC ISO 9001:2015 Numeral 7.4



Decreto 1499 de 2017

Guía armonización de la Norma Técnica Distrital NTD-SIG 001:2011 con el Modelo Integrado de Gestión y Planeación (MIPG)

Manual de Imagen Institucional Alcaldía Mayor de Bogotá

4. GLOSARIO

- **PECO:** Plan Estratégico de Comunicación
- **BTL:** Técnica que significa literalmente bajo la línea, consiste en el empleo de formas no tradicionales de comunicación dirigidas a segmentos específicos.
- **Material POP/merchandising:** (*Point of Purchase*) material que busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--

donde se puede imprimir o estampar información de una campaña de comunicación.



- **Ortotipografía:** se refiere a los usos y convenciones particulares con las que se rige la escritura. Se ocupa de la combinación de la ortografía y la tipografía y en particular la forma en que la primera se aplica en las obras impresas: mayúsculas y minúsculas, espaciado, estilos de letras (cursiva, negrita, versalita...), puntuación, etc.
- **Free press:** estrategia de comunicación externa mediante la cual se busca dar visibilidad en medios masivos de comunicación a las acciones de una entidad, sin necesidad de pagar por su publicación.

4.1 ABREVIATURAS

- **SDS:** Secretaría Distrital de Salud
- **OAC:** Oficina Asesora de Comunicaciones
- **PECO:** Plan Estratégico de Comunicación
- **BTL:** Técnica que significa literalmente bajo la línea, consiste en el empleo de formas no tradicionales de comunicación dirigidas a segmentos específicos.
- **POP/merchadising:** (*Point of Purchase*) material que busca generar una permanencia de la marca recurriendo a una gran variedad de objetos donde se puede imprimir o estampar información de una campaña de comunicación.
- **PDF:** sigla en inglés correspondiente a *Portable Document Format*, (Formato de documento portátil). Es un formato de almacenamiento para documentos digitales.

5. GENERALIDADES

La comunicación externa de la SDS hace referencia a todas las acciones realizadas ante los medios de comunicación, para dar a conocer la gestión, avances y logros de la entidad y de las Subredes Integradas de Servicios de Salud.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--



Elaboración y divulgación de boletines de prensa

1. Según las necesidades identificadas por la OAC o solicitudes generadas por los procesos de la SDS, la Oficina Asesora de Comunicaciones selecciona los temas que se divulgarán a través de boletín de prensa. Este proceso se realiza en reunión semanal con participación del Jefe de la OAC y los profesionales de designados para comunicación externa.
2. El Jefe de la Oficina designa al responsable del comunicado, quien solicitará la información necesaria a las dependencias, Subredes y demás entidades del sector salud.
3. Una vez se recibe la información, se redacta el comunicado con base en la información recolectada y de acuerdo con las características periodísticas para hacerlo. Cada boletín se debe elaborar en plantilla destinada para tal fin y enumerarse de acuerdo con la secuencia anual asignada.
4. Presentar el boletín al Jefe de la OAC, al subsecretario o director, según corresponda y, cuando sea necesario, al Secretario de Salud.
5. Si hay observaciones, se realizan los ajustes pertinentes para aprobación final por parte del Jefe de la OAC. Esta aprobación puede ser vía correo electrónico o escrita por el Jefe de la Oficina.
6. De manera paralela, de acuerdo con la indicación del jefe de la Oficina, se diseñan piezas gráficas, video o audios que complementarán la divulgación para redes y otros canales de comunicación externa. Además, en algunos casos, se diseña una sinergia para posicionar el tema.
7. Una vez aprobado, el boletín se envía con apoyo de fotografía y audio, a través de la base de datos de correos electrónicos de los periodistas que cubren las fuentes de Bogotá y Salud en medios de comunicación.
8. Posteriormente, se envía el boletín para publicación en los portales web de la SDS, y demás entidades del sector salud.
9. Los boletines finales se archivan en el AZ correspondiente y en la carpeta de red compartida.

Convocatoria a medios y desarrollo de ruedas de prensa

1. Aprobado el boletín, se envía la convocatoria vía correo electrónico y WhatsApp en donde se informa el tema, con unas pequeñas cifras, la fecha, hora, lugar y el vocero que va a atender las entrevistas con los medios de comunicación.

Dicha convocatoria se dirige a los periodistas que cubren la Secretaría Distrital de Salud de radio, prensa, TV y prensa comunitaria.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--

2. Definir vocero (Secretario o quien él delegue) a quien se contextualiza sobre el tema y se entrega el boletín aprobado. Así mismo, se define lugar y demás aspectos logísticos necesarios para desarrollar la rueda de prensa.

3. Durante la rueda de prensa, se entrega el boletín en físico al periodista y se contacta con el vocero para declaraciones y entrevista. De manera paralela, se publica información sobre la misma en redes sociales. Si aplica, se realiza registro fotográfico y se graban testimonios e imágenes de apoyo para elaboración de video sobre el tema.

4. Posterior a la rueda de prensa, se envía a los correos electrónicos de los periodistas y medios de comunicación el boletín de prensa en PDF, audio y fotos del evento.

Monitoreo de medios

Es el resumen de noticias positivas, negativas y neutras del sector público de salud de Bogotá, publicadas en los diferentes medios de comunicación. El monitoreo se genera de tres maneras:



1. Recortes de noticias de prensa, particularmente de los periódicos que se reciben a diario en la OAC, de ellos se recortan las principales noticias del sector salud, las cuales se consolidan en el formato de recortes de prensa y se archivan diariamente para dejarlas como material de consulta. La suscripción a los periódicos la realiza la Dirección Administrativa de acuerdo con su plan de adquisiciones; previo al vencimiento de éstas, dicha Dirección notifica a la Oficina Asesora de Comunicaciones para definir con cuáles suscripciones continúan o si hay necesidad de incluir alguna.

2. Resumen virtual de noticias enviado por la empresa de monitoreo, para lo cual se surte un proceso de contratación. En el marco de esta contratación, la empresa seleccionada debe reportar constantemente las noticias del sector público de salud que se publican en los medios de comunicación. Este reporte se envía por WhatsApp y correo electrónico a todos los integrantes de la OAC. Mensualmente, esta empresa debe presentar un informe con el análisis de las noticias positivas, negativas y neutras, su impacto y valorización.

3. Turnos de monitoreo, los integrantes de la OAC se distribuyen el seguimiento diario de los principales medios de comunicación para generar una alerta inmediata de las noticias relacionadas con el sector salud. Este reporte se hace a través de WhatsApp.

Relacionamiento y atención a periodistas

1. Con el fin de generar un relacionamiento con líderes de opinión y reforzar temas específicos, ocasionalmente se realizan giras de medios en las cuales un vocero de la entidad tiene la posibilidad de asistir a diferentes espacios radiales, de TV o entrevistas especiales para medios impresos, en donde es entrevistado sobre el tema seleccionado.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--

2. La Secretaría Distrital de Salud, por ser ente rector del sector en la ciudad, es requerida periódicamente por los medios de comunicación en temas de salud. Para llevar un control sobre estos requerimientos, la OAC registra en el formato dispuesto para éste fin los temas por los cuales nos requieren y los voceros que apoyan las entrevistas.



Una vez se recibe la solicitud del medio, se comunica al Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones la necesidad, quien dará directrices en cuanto al vocero para cada tema, bien sea el Secretario de Salud o cualquier otro funcionario de la entidad. El profesional de la oficina que atiende la solicitud debe contextualizar al vocero y solicitar la información pertinente. Adicionalmente, acompañar la entrevista para estar siempre en contacto con el periodista.

Programa de radio o televisión institucional, según lo definido por la Oficina Asesora de Comunicaciones

1. Designar el profesional de la Oficina Asesora de Comunicaciones para liderar el programa, quien será responsable de seleccionar los temas para cada emisión del programa.
2. Estructurar la información o contenido a divulgar basado en ruedas y boletines de prensa o en las acciones de promoción de la salud y prevención de la enfermedad.
3. Revisar la información con el Jefe de la OAC, ajustarla y definir el vocero quien emite las declaraciones oficiales.
4. Realizar la emisión y archivar los programas emitidos (audios y demás material o documentos relacionados con los programas emitidos).

Campañas de comunicación externa

1. Evaluar las solicitudes o necesidades expuestas a principio de la anualidad por el Secretario de Salud, las dependencias y aquellas detectadas por la Oficina, con el fin de filtrar las acciones y definir las para el año, estas se deben consignar en el PECO
2. Una vez definidos los temas susceptibles de campañas, solicitar a la dependencia la información base de la campaña, con el fin de definir objetivo, mensaje(s) a difundir, piezas comunicativas a utilizar u otras acciones como BTL o material POP. Dependiendo los recursos y relevancia del tema, se solicita apoyo a la Alcaldía Mayor para creación de mensajes, diseño de piezas y, si se requiere, gestión para pauta en medios.
3. Presentar la campaña a la dirección solicitante para aprobación o ajustes. Se hacen ajustes y se define si se requiere algún tipo de contratación adicional.

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD</p>	<p>OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN CONTROL DOCUMENTAL LINEAMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA Código: SDS-COM-LN-001 V.3</p>	<p>Elaborado por: Federico Ramírez, Jhon Cortés y José A. Garzón Revisado por: Andrea Fernanda Peña H. Aprobado por: Ronald Ramírez López</p>	
---	---	---	--

4. Una vez se apruebe la campaña y se defina la contratación (cuando se requiera) se inicia el desarrollo: elaboración de mensajes, diseño e impresión de piezas comunicativas, cuñas, comercial y coordinación de las demás acciones propuestas (BTL, material POP, entre otros).
5. Implementación de la campaña: incluye distribución de piezas comunicativas, free press, entre otras acciones de comunicación. Según lo definido en la fase inicial, la campaña puede incluir eucoles, pauta en medios a través de comercial, cuña, portales web de los principales medios de comunicación.
6. Las piezas gráficas, videos o animaciones que se generen serán divulgadas por los canales de comunicación interna y páginas web de la SDS y las subredes. De acuerdo con el impacto deseado y la relevancia del tema, este material se envía a la red de comunicación interna del Distrito (medios internos de las entidades y sectores del Distrito), las EAPB e IPS privadas con las que se ha hecho contacto y las Alcaldías Locales.
7. Archivar las piezas y demás elementos de la campaña.
8. Cumplido el periodo de la campaña, solicitar al referente de la Dirección correspondiente el formato: "Evaluación desarrollo de estrategias".

Realización de eventos

1. De acuerdo con los requerimientos del despacho del Secretario de Salud y las Subsecretarías, se realiza un análisis y diagnóstico del evento, en donde se analiza la pertinencia de su realización.
2. Se realiza una reunión con el profesional designado de la dependencia solicitante con quien se definen los recursos económicos con los que se cuenta (si los hay) y se solicita la información clave del evento, para la realización del guion de presentación y minuto a minuto.
3. El apoyo de la OAC ante la realización de cualquier tipo de evento debe solicitarse con suficiente anterioridad a la realización del mismo, para coordinar todo lo referente al apoyo a brindar.
4. Si el evento requiere otro servicio profesional de la Oficina Asesora de Comunicaciones, se realiza el contacto para el apoyo en comunicación digital, gráfica o audiovisual.
5. Con la información solicitada al profesional responsable del evento, se elabora la agenda del mismo, se entrega una copia al Secretario de Salud o al responsable del evento, con el minuto a minuto.

6. Se realiza el acompañamiento en el día del evento y, en caso de ser necesario, se realiza registro fotográfico y audiovisual.

7. Según las características del evento, se realiza un comunicado de prensa

** Todas las actividades correspondientes al Lineamiento de Comunicación Externa (eventos, campañas, ruedas de prensa, boletines, comunicación con medios, entre otras) deben ser reportadas mensualmente en el Plan Operativo Anual (POA).*

6. BIBLIOGRAFIA

No aplica

7. CONTROL DE CAMBIOS

7. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	RAZÓN DE ACTUALIZACIÓN
2	22 de septiembre de 2017	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actualización del procedimiento SDS-COM-PR-001 en cumplimiento al literal d, numeral 5,1 de la NTD SIG 001:2011 incorporando tiempos en las actividades ✓ Cambios generados al interior del proceso
3	21 de marzo de 2019	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios generados al interior del proceso. ✓ Cambio en normatividad.

Elaboró : José Aldemar Garzón González	Revisó: Andrea F. Peña Hernández	Aprobó: Ronald Ramírez López
Firma 