

Subtítulo

Plan Estratégico de Comunicaciones

2026

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM- PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO:.....	3
1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
2. COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN	3
3. PÚBLICO OBJETIVO	4
4. TEMAS PRIORIZADOS PARA ESTE AÑO:	5
5. ALCANCE:.....	5
6. ACTIVIDADES A DESARROLLAR	6
7. MANEJO DEL LENGUAJE	12
8. COMUNICACIÓN DEL RIESGO EN SALUD.....	12
9. MARCO LEGAL	16
10. RESPONSABLE:	17
11. PLAN DE ACCIÓN GUIA.....	17
12. SEGUIMIENTO.....	22
13. ABREVIATURAS	22
14. CONTROL DE CAMBIOS.....	22

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

1. OBJETIVO:

Contribuir a posicionar a la Secretaría Distrital de Salud (SDS) como ente rector en salud en Bogotá, a partir de los temas priorizados por la Alta Dirección y la administración distrital, y la gestión realizada, durante la vigencia, por los diferentes actores de la Entidad, conforme a su misionalidad.

1.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Brindar información permanente a los diferentes públicos de interés, en especial a la ciudadanía, sobre las principales acciones, programas, proyectos y temas liderados por la Secretaría Distrital de Salud, a través de diversas acciones periodísticas y de comunicación pública, conforme a objetivos y metas institucionales.
2. Contribuir a salvaguardar la imagen institucional y la reputación de la Secretaría Distrital de Salud en la ciudad de Bogotá y en el país.
3. Fortalecer la comunicación del sector público de salud de Bogotá y contribuir a su posicionamiento, mediante el desarrollo de acciones como la divulgación de información generada o trabajada en conjunto con las Subredes Integradas de Servicios de Salud, Capital Salud, BogotáBio, y el Instituto Distrital de Ciencia, Biotecnología e Innovación en Salud (IDCBIS), con el fin de visibilizar su gestión y articulación como sector.
4. Potenciar la comunicación dirigida al público interno de la Secretaría Distrital de Salud, sin importar su tipo de vinculación, a través de diversas acciones como la divulgación oportuna y permanente de información institucional y de interés para los trabajadores, y el desarrollo de campañas y actividades que permitan visibilizar la gestión, favorecer el conocimiento de la Entidad y contribuir a mejorar aspectos relacionados con el clima laboral.

2. COMPROMISO DE LA ALTA DIRECCIÓN

Los siguientes aspectos evidencian el compromiso de la alta dirección con la comunicación institucional:

- ✓ En la estructura jerárquica de la Secretaría Distrital de Salud, la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) es una oficina asesora que depende directamente del Despacho del secretario Distrital de Salud, aspecto que le implica actuar de

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

manera estratégica y transversal al prestar orientación y apoyo a todas las dependencias de esta Secretaría en materia de comunicaciones.

- ✓ En el marco del Sistema Integrado de Gestión de la SDS, y en particular en el mapa de procesos de la Entidad, la gestión de comunicaciones es un proceso estratégico liderado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- ✓ El actual secretario Distrital de Salud, como representante máximo de la alta dirección, emitió la Circular 012 de 2024, denominada 'Directrices para el manejo de las comunicaciones en la Secretaría Distrital de Salud'. Mediante este acto administrativo se imparten directrices para el manejo de la comunicación interna y externa en la Entidad, teniendo en cuenta aspectos como la importancia de la comunicación para la SDS, el carácter estratégico y articulador que tiene este tema dentro de la Entidad, herramientas como el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, las directrices distritales en este sentido y el deber que tenemos todos de salvaguardar la imagen institucional.
- ✓ El/la jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones es asesor del Despacho del secretario de Salud, hace parte del Comité Directivo de la SDS, con voz y voto, y participa en el Comité de Gestión y Desempeño Institucional, lo que evidencia la importancia de su liderazgo y gestión, conforme al accionar transversal de la comunicación en la Entidad.
- ✓ La Alta Dirección reconoce y cumple los lineamientos que en materia de comunicación imparte la Alcaldía Mayor como el Manual de marca Ciudad Bogotá, y los propios, es decir los definidos por la misma Oficina Asesora de Comunicaciones de la SDS para operativizar su gestión y direccionar la comunicación de la Entidad, de acuerdo con su propósito y la realidad institucional.

3. PÚBLICO OBJETIVO

A. Externos:

- ✓ Habitantes de Bogotá, en especial públicos priorizados según temas o campañas desarrolladas.
- ✓ Usuarios de redes sociales
- ✓ Medios de comunicación (comunitarios, locales y nacionales)
- ✓ Líderes comunitarios y formas de participación social en salud.
- ✓ Actores del sistema de salud como EAPB's públicas y privadas, IPS, Academia y Sociedades Científicas.
- ✓ Las demás entidades del Distrito, cuando se trabajen o desarrollen acciones intersectoriales.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

- ✓ Trabajadores de las demás entidades del distrito.
- ✓ Actores políticos de diferentes niveles.

B. Interno:

- ✓ Trabajadores de la Secretaría Distrital de Salud, de todos los niveles jerárquicos y sin importar su tipo de vinculación.

4. TEMAS PRIORIZADOS PARA ESTE AÑO:

Los siguientes temas fueron priorizados teniendo en cuenta las conclusiones de reuniones o espacios de interacción entre el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y profesionales de la misma con el secretario de Salud y algunos directivos para identificar los temas a los que se requiere darle mayor énfasis este año a nivel externo e interno, así como las prioridades para la administración distrital y la SDS, el conocimiento que tiene la OAC de la Entidad y los temas de alto valor o impacto para los públicos de interés, dentro de los que se destaca la ciudadanía:

1. Modelo de Atención en Salud 'MAS Bienestar'
2. Servicios Resolutivos en Salud (estrategia SER)
3. Nuevo Modelo de Urgencias en Salud
4. Sistema Sociosanitario
5. Salud mental
6. Vacunación, con énfasis en VPH, Virus Sincitial Respiratorio (VSR), Triple viral, TDAP - Pentavalente, influenza, sarampión rubeola, y fiebre amarilla
7. Autorregulación de establecimientos comerciales que son objeto de inspección, vigilancia y control sanitario.
8. Prevención de Infecciones de Transmisión sexual (VIH y Sífilis)
9. Prevención de uso de pólvora
10. Estrategia interna 'En Armonía'
11. Seguridad de la información y proyecto de certificación del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información.

5. ALCANCE:

Desde la identificación de las necesidades de comunicación interna y externa hasta la implementación o desarrollo de las consecuentes campañas o acciones definidas para cada caso.

La información contenida en este documento aplica para la ejecución de los procesos de comunicación interna y externa; conforme a las funciones de la Oficina Asesora de

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Comunicaciones, su accionar transversal a todos los procesos de la Entidad, y directrices internas o distritales en materia de comunicación pública e institucional.

6. ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Las actividades y productos a desarrollar durante este año se enmarcan en los siguientes componentes de la comunicación en la organización, que a su vez corresponden a los actuales lineamientos del proceso “Gestión de Comunicaciones”, y se articulan con las actividades previstas en el Plan Operativo de Gestión y Desempeño (POGD) 2026 para la Oficina Asesora de Comunicaciones, en particular en su meta No.4.

En el siguiente cuadro se relacionan las principales actividades realizadas en la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) y los productos consecuentes, generados de manera recurrente y que evidencian su operación y gestión permanente.

Es preciso mencionar que los mínimos de cumplimiento por cada uno de los productos aquí relacionados se establecieron teniendo en cuenta los resultados de los últimos tres (3) años, los recursos con los que cuenta la OAC en la actualidad, decisiones de la jefe de esta oficina, dinámicas actuales de comunicación y de canales como las redes sociales que implican, por ejemplo, el desarrollo de más contenidos y productos audiovisuales, oportunidades de mejora identificadas luego de revisar los resultados cuantitativos del año anterior (2025).

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Lineamiento asociado	Actividades PECO 2026	Actividad Plan Operativo de Gestión (POGD) 2026	Productos	Mínimo de cumplimiento por producto
Comunicación externa	Desarrollar acciones periodísticas para hacer divulgación permanente de información institucional, así: Generar contenidos y productos periodísticos como boletines de prensa, ruedas de prensa, entrevistas especiales, atención a solicitudes de medios de comunicación. Desarrollar free press (estrategia de posicionamiento de la SDS sin costo para la entidad) con base en los productos periodísticos señalados.	Desarrollar acciones y contenidos periodísticos que respondan a las necesidades y temas de mayor impacto relacionados con la gestión de la Entidad y el sector salud de Bogotá.	➤ Boletines de prensa generados en la OAC ➤ Boletines trabajados con Alcaldía y otras entidades del Distrito. ➤ Atenciones y respuestas a solicitudes de medios de comunicación ➤ Salidas en medios de comunicación	Generar y divulgar 250 boletines de prensa. Trabajar el 100% de los boletines de prensa que se requieran con otras entidades del distrito y la Alcaldía Mayor. Atender todas las solicitudes de medios de comunicación. Hacer monitoreo diario de las noticias o menciones registradas en medios de comunicación, relacionadas con la gestión de la SDS e identificadas en la OAC.
	Definir acciones y/o campañas de comunicación relacionadas con los temas priorizados y los acordados con otras dependencias de la SDS, conforme a planes y programas. Desarrollar campañas, acciones o actividades de comunicación con la Alcaldía Mayor de Bogotá y otros sectores del Distrito sobre temas de alto impacto en la ciudad.	Definir y desarrollar campañas, acciones y actividades de comunicación externa relacionadas con temas priorizados o acordados con otras dependencias de la SDS.	➤ Campañas de comunicación externa (nuevas o replicadas por vigencia) ➤ Acciones de comunicación externa ➤ Planes de medios	Definir e implementar 19 campañas de comunicación externa. Definir e implementar 100 acciones de comunicación externa. Ejecutar todos los planes de medios previstos o requeridos en el año.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES					
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión:	11

	Desarrollar acciones periodísticas en conjunto con las entidades del sector público de salud de Bogotá y divulgar información generada en la SDS, a través de otras Entidades del sector salud y Entidades del Distrito.	Divulgar información institucional, generada en la SDS, a través de Entidades del Distrito y del sector salud	➤ Campañas/información enviada a entidades del sector salud (EAPB, subredes y otras entidades adscritas y vinculadas) ➤ Campañas/información enviada a entidades del Distrito para divulgación a sus públicos internos	Remitir 18 campañas o información institucional a Entidades del sector salud para su divulgación.
		Desarrollar acciones de comunicación con las Subredes Integradas de Servicios de Salud, y otras entidades adscritas y vinculadas al sector salud.	➤ Boletines de prensa en conjunto con las Subredes y demás entidades del sector salud. ➤ Colaboraciones de contenido en redes sociales	Remitir 7 campañas a Entidades del Distrito para su divulgación. Generar y divulgar 30 boletines de prensa con las Subredes Integradas de Servicios de Salud y demás entidades del sector (Capital Salud e Idcbis). Generar de forma permanente colaboraciones en redes sociales.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Comunicación digital	Divulgar, de forma permanente, información y campañas de la SDS, del sector público de salud de Bogotá y de la administración distrital en las redes sociales de la SDS. Generar contenido para las redes sociales de la SDS como parte de las campañas definidas. Hacer seguimiento a las redes sociales de medios de comunicación y otros públicos de interés de la SDS, como actores políticos, la academia, y líderes de opinión. Atender las peticiones ciudadanas que llegan a través de las redes sociales institucionales, en articulación con Servicio a la Ciudadanía.	Generar y gestionar contenido en las redes sociales institucionales.	➤ Parrillas de contenidos ➤ Publicaciones ➤ Reportes mensuales	Elaborar 50 parillas de contenidos Realizar 4.200 publicaciones en redes sociales Realizar 12 reportes sobre el comportamiento de las redes de la SDS
	Administrar, de forma permanente, del contenido de la página web, en coordinación con la Dirección TIC de la SDS.	Administrar y actualizar el contenido de la página web de la SDS.	➤ Publicaciones en página web	Responder al 100% de las solicitudes de publicaciones o actualización de contenidos de la página web.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Comunicación interna	Diseñar e implementar acciones y campañas dirigidas a los colaboradores de la SDS, que respondan a necesidades identificadas o solicitudes recibidas de las dependencias de la SDS, con el fin de contribuir a posicionar temas de interés para el público interno, mejorar el conocimiento de la Entidad, el clima organizacional y el fortalecimiento institucional.	Definir y desarrollar acciones y campañas de comunicación interna	➤ Campañas de comunicación interna ➤ Acciones de comunicación interna	Desarrollar 6 campañas de comunicación interna Desarrollar 20 acciones de comunicación interna
	Administrar los canales de comunicación interna: e-mail 'SDS Comunicaciones', intranet "Saludándonos", Pantallas digitales, boletines internos, lo que implica actualizar contenidos y divulgar información, a través de estos canales y medios.	Actualizar y administrar, de forma permanente, los medios y canales de comunicación interna de la SDS	➤ Mensajes para mail elaborados y enviados. ➤ Publicaciones en pantallas digitales ➤ Boletines internos ➤ Publicaciones en intranet	Divulgar el 100% de las solicitudes recibidas en el correo masivo SDS/Comunicaciones. Realizar 600 publicaciones en pantallas digitales Elaborar y publicar 80 boletines internos. Hacer o gestionar 400 publicaciones en la intranet.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Comunicación gráfica y audiovisual	Diseñar piezas gráficas de comunicación, en respuesta a solicitudes recibidas de otras dependencias o necesidades identificadas en la OAC, relacionadas con las acciones y campañas de comunicación externa e interna que lidera esta oficina.	Elaborar productos gráficos y audiovisuales relacionados con las acciones, campañas o estrategias definidas.	➤ Piezas gráficas diseñadas ➤ Videos y productos audiovisuales realizados	➤ Producir 700 videos (de diferente tipo). ➤ Diseñar 3.200 piezas gráficas. ➤ Desarrollar las cuñas o audios requeridos para planes de medios o campañas de comunicación.
	Elaborar y/o adaptar productos audiovisuales como videos, animaciones, cuñas, para su divulgación en los diferentes medios o canales definidos en la OAC según el tema/campaña.			
	Hacer registro fotográfico de actividades o eventos institucionales o en respuesta a necesidades identificadas en la OAC.			
	Hacer revisión del correcto uso de la imagen en piezas gráficas y audiovisuales, y orientar la elaboración de este tipo de productos, cuando se requiera.			

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

7. MANEJO DEL LENGUAJE

Es importante tener en cuenta que los productos escritos, gráficos y audiovisuales deben atender lo dispuesto en las Guías y lineamientos de Lenguaje claro e Incluyente del Distrito. En general, el lenguaje no debe ser discriminatorio ni promover la segregación, subordinar o excluir por condiciones de raza, género, edad, condición física, condición socioeconómica, orientación sexual, ni promocionar estereotipos o clichés. Es necesario elaborar piezas con lenguajes alternativos y recursos que posibiliten su uso con diferentes poblaciones de capacidades diferenciadas (visual, auditiva, cognitiva).

De igual manera, es importante manejar siempre un lenguaje claro, amable, cercano, que facilite la comunicación en doble vía principalmente con la ciudadanía, teniendo en cuenta que esto puede contribuir a lograr mayor confianza y credibilidad en la administración pública. Por ejemplo, los mensajes escritos en piezas gráficas, las publicaciones en medios digitales o los documentos como boletines de prensa deben expresar una idea concreta y clara, mediante oraciones o párrafos cortos, siempre pensando en que quien lo lea lo entienda, es decir pensar en la comprensión del mensaje, por parte del receptor, como un principio clave de la comunicación.

Si bien los productos de comunicación institucional los lidera la Oficina Asesora de Comunicaciones -dependencia llamada a aplicar, de forma permanente, un lenguaje claro, comprensible e incluyente en todas sus acciones y productos, así como en los procesos de elaboración, ajuste o adaptación de mensajes para los diferentes medios y canales de comunicación de la Entidad-, es importante que las diferentes dependencias de la SDS tengan presente los aspectos antes mencionados, especialmente las que están de cara a la ciudadanía.

Para ampliar este tema se puede consultar la Guía: 'En el lenguaje incluyente está toda la gente' del Departamento Administrativo del Servicio Civil Distrital o la Guía de Lenguaje claro e incluyente de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

8. COMUNICACIÓN DEL RIESGO EN SALUD

Ante las urgencias o situaciones de emergencia en salud pública, entendidas como eventos extraordinarios con aparición en forma súbita que genera o puede generar un aumento de la morbi-mortalidad de la población o afectación de la salud pública, y que para su atención oportuna e integral requiere una estructura funcional y recursos dispuestos del sector salud, y ante las demás emergencias y urgencias que atiende la Entidad por su misionalidad al constituir un riesgo o comprometer la salud de los habitantes de la ciudad, se relacionan los siguientes aspectos a tener presente en el manejo de la comunicación del riesgo en salud:

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Objetivo o propósito principal: Informar a la ciudadanía de Bogotá y a los demás públicos de interés externos e internos sobre los riesgos derivados de la emergencia o situación y que impacten la salud de la población, así como las recomendaciones para disminuir incidencias y letalidades, para contribuir a mejorar su conocimiento y comprensión sobre el tema, y ayudar a mitigar el riesgo, a partir de acciones planeadas de información y comunicación.

Lo anterior, implica los siguientes objetivos específicos:

1. Informar de manera transparente sobre la situación de emergencia o patología de riesgo para la salud pública, en particular en el primer anuncio oficial de cara a la ciudad.
2. Generar información oportuna sobre medidas de prevención y cuidados de la salud frente a la situación de emergencia, es decir promover un comportamiento preventivo en la ciudadanía.
3. Realizar acciones de comunicación de manera articulada con otras entidades relacionadas con el sector y con la situación, con el fin de generar mayor impacto en la población.
4. Anticiparse a los rumores que puedan ser generados por los medios de comunicación para evitar que la confianza institucional se vea afectada.
5. Hacer las alertas informativas necesarias, sin generar pánico.

Aspectos a tener en cuenta:

A. Definición de roles

La Alta Dirección de la SDS establecerá un comité institucional interdisciplinario o sala de crisis para liderar la situación.

En principio este comité debe definir las vulnerabilidades, el riesgo desde la perspectiva científica y desde la percepción de la población y tomará las decisiones críticas.

La Oficina Asesora de Comunicaciones debe definir los roles y vocerías que vayan a determinar el camino a seguir antes, durante y después de la emergencia para informar a la población; es decir determinar quién es la fuente de información y qué deben hacer (en materia de comunicación) cada uno de los actores que hacen parte del mencionado comité.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Secretario de Salud y Subsecretarios: Transmitir mensajes que estén cargados de confianza en la Entidad y autoridades sanitarias. Ser transparente con los procesos de información y generar empatía con el público.

Directores: Servir de soporte técnico para informar las novedades de los procesos y procedimientos.

Equipo de Comunicaciones: Ayudar a estructurar a los mensajes a divulgar; establecer los enlaces con los encargados de comunicaciones de otras entidades del sector salud como comunicadores de IPS/EPS, medios de información (prensa, radio, TV, internet, Facebook, Twitter y demás redes sociales); contar con una base de datos local y nacional que permita difundir los mensajes de manera ágil y oportuna; divulgar los mensajes por los medios posibles y apropiados; revisar lo que necesita saber la población, los medios de comunicación y las Entidades del sector.

De igual manera, debe evaluar y definir los momentos de información a la población, a través de los canales o mecanismos de comunicación (ruedas de prensa, boletines informativos, piezas, etcétera). En este sentido, tener listo el primer anuncio que el secretario de Salud dará a conocer, en coordinación con la Alcaldía Mayor, y coordinar mensajes únicos a una sola voz, es decir coordinar y canalizar la vocería.

B. Mensajes y el primer anuncio

Los mensajes que se preparen de cara a la ciudad siempre deben ser claros, completos, con enfoque en la comunicación del riesgo y sin datos sensibles que expongan historias clínicas o detalles de las personas. Esto implica, además de manejar un lenguaje claro, construirlos no solo con base en el conocimiento técnico sino considerando las principales dudas de la población.

Es importante analizar con los expertos del tema y lograr un punto medio, es decir no tranquilizar ni alertar más de la cuenta.

En consecuencia, las principales acciones a realizar son:

- ✓ Definir los mensajes clave para la población.
- ✓ Identificar los medios y canales de comunicación más efectivos para esos públicos (en términos de cobertura, audiencia, uso, entre otros) de carácter institucional, del sector y distrital.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

- ✓ Definir el material de comunicación requerido con base en los medios y canales identificados y producirlo.
- ✓ Divulgar de forma permanente la información necesaria y material producido en los medios y canales previstos y actualizar la información que se requiera conforme al avance de la situación. * La Entidad debe ser fuente de información para evitar rumores, sin caer en la saturación.
- ✓ Definir y activar acciones de prensa (elaboración de boletines y comunicados, ruedas de prensa, giras de medios) y atender solicitudes de medios de comunicación.
- ✓ Analizar y crear de manera conjunta posibles contenidos específicos o diferenciales para pueblos étnicos y públicos como: comunidades indígenas, afrocolombianas, raizales, personas con discapacidad, comunidades rurales, entre otras. Los mensajes y su traducción se trabajarán en conjunto con las Subsecretarías y las Subredes Integradas de Servicios de Salud, en el marco de las acciones territoriales que desplieguen para este tipo de públicos.
- ✓ Hacer seguimiento a las dudas o intereses de información que persisten en la población y adecuar o actualizar los mensajes si es necesario.
- ✓ Informar cuando la crisis haya terminado.

En cuanto al primer anuncio, el vocero definido (secretario de Salud en lo posible) debe ser claro, hablar no solo consciente de su rol como cabeza o líder del sector sino como profesional y ciudadano. En esa preparación del anuncio se debe tener en claro: ¿Quién habla?, ¿Qué dice?, ¿Cómo lo dice?, y dejar un mensaje final.

En lo posible no retrasar este anuncio, así no haya información suficiente y completa.

En el caso de una enfermedad, se sugiere que la estructura del primer mensaje tenga los siguientes componentes:

1. Anunciar presencia de primer caso positivo de la enfermedad
2. Describir sintomatología del enfermo (caso)
3. Explicar severidad y nivel de letalidad
4. Dar a conocer lo que se está haciendo
5. Señalar recomendaciones y procedimientos
6. Expresar que existe la posibilidad que se presenten nuevos casos de contagio
7. Mensaje final (clave)

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

C. Otras consideraciones:

- ✓ Ante una situación de emergencia, lo que debe primar es la vida y salud humana, por lo tanto, los argumentos políticos y económicos se deben dejar de lado, porque generan ruido y no generan reacciones positivas.
- ✓ El vocero debe mantener una actitud tolerante ante objeciones por parte de periodistas o la comunidad y hacer suya su preocupación (ponerse en la posición de quién tiene las inquietudes).
- ✓ Revisar con las dependencias e instancias pertinentes de la SDS los horarios y los guiones o protocolos de las líneas de atención telefónica y de los otros canales de atención a la ciudadanía, para incluir la información clave sobre la situación de emergencia y las respuestas que se deben dar a las preguntas más frecuentes.
- ✓ Se recomienda que -ante problemas con la comunidad- las reuniones con ella deban mantenerse de manera privada y lejos de los medios. Al finalizar, se expone el proceso transparente a los periodistas para exponer los acuerdos con un representante de la comunidad siempre y cuando se lleguen a ellos.
- ✓ Ocultar información o callarse no es recomendable, porque la falta de información provoca ansiedad y pánico en la población; los medios pueden aprovechar los vacíos para hacer sensacionalismo o desinformar. Si los medios anuncian primero es fatal para la confianza porque describen la situación antes y las emergencias no pueden esconderse.
- ✓ Evaluar las estrategias de comunicación implementadas y documentar las mejores prácticas. evaluarse la frecuencia de comunicación con los líderes comunitarios de las poblaciones que tuvieron mayor riesgo y mantener un dialogo de transición con ellos hasta tanto la percepción de riesgo de la comunidad se haya reducido considerablemente.
- ✓ Es importante agradecer la colaboración de todos los colaboradores, personas y organizaciones que hayan prestado su apoyo durante la situación.

9. MARCO LEGAL

Este Plan de Comunicaciones responde al siguiente marco normativo:

- Decreto 641 de 2025 de la Alcaldía Mayor de Bogotá, 'Por medio del cual se expide el Decreto Único del Sector Salud' Artículo 8°.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

- Circular 012 de 2024 de la Secretaría Distrital de Salud 'Directrices para el manejo de las Comunicaciones en la Secretaría Distrital de Salud'.
- Norma Técnica de Calidad NTC ISO 9001:2015, Numeral 7.4.
- Manual operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).
- Acuerdo 744 de 2019 del Concejo de Bogotá 'Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad Bogotá y se dictan otras disposiciones'.
- 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 y se dictan otras disposiciones'.
- Directiva 004 de 2021 'Lineamiento para la atención y gestión de las peticiones ciudadanas recibidas a través de redes sociales' de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Circular 005 de 2024 'Socialización actualización 'Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital' de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Circular 002 de 2024 'Lineamientos Red Distrital de Comunicación Interna' de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Circular 001 de 2025 'Instrucciones sobre el uso estratégico de la marca Ciudad Bogotá' de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Circular 002 de 2025 'Socialización tercera actualización 'Manual de Uso de marca Ciudad Bogotá' de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Circular 003 de 2025 'Implementación de herramientas digitales' de la Oficina Consejería Distrital de Comunicaciones de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

10. RESPONSABLE:

La responsabilidad frente a la definición e implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones (PECO) es de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Salud (SDS), con base en las necesidades identificadas en la SDS y en las solicitudes de las diferentes dependencias de la Entidad, incluido el Despacho del secretario de Salud.

11. PLAN DE ACCIÓN GUIA

La información consignada en este apartado busca orientar sobre los principales aspectos a tener presente a la hora de comunicar información institucional. Algunos de los datos aquí consignados pueden variar de acuerdo con la estrategia definida para cada tema o las decisiones tomadas en el momento para abordarlo.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

¿QUÉ COMUNICAR?	¿QUIÉN COMUNICA? (responsable de comunicar)	¿CÓMO? (Acciones, canales o medios usados)	¿CUÁNDO? (Frecuencia)	DOCUMENTOS O REGISTROS
* Modelo de Salud * Temas, campañas o eventos de salud pública priorizados por el alto interés o impacto para la ciudadanía.	- secretario Distrital de Salud o voceros delegados como el subsecretario de Salud Pública - Oficina Asesora de Comunicaciones SDS	- Interacción con periodistas y medios de comunicación (free press) - Redes sociales (cuentas oficiales de la SDS y de las Entidades adscritas y vinculadas al sector salud de Bogotá) - Página web de la SDS y de las Entidades adscritas y vinculadas al sector salud de Bogotá - Ruedas de prensa o giras de medios - Respuestas a solicitudes de medios de comunicación. - Eventos institucionales (presenciales o virtuales según las circunstancias). - Planes de medios pagos. - Canales de comunicación de la Alcaldía, Entidades del Distrito y Entidades	Permanente	- Boletines de prensa - Monitoreo de medios - Planes de medios - Espacios en los portales web - Publicaciones en redes sociales - Publicaciones en página web. - Parrillas de contenidos en redes sociales - Piezas de comunicación gráficas y audiovisuales - Fotografías - Mensajes emitidos por los diferentes medios y canales institucionales - Piezas de comunicación gráficas y audiovisuales - Publicaciones en canales internos de la SDS.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

		adscritas y vinculadas al sector público de salud de Bogotá.		
Emergencias en salud pública o urgencias que comprometan la salud de los habitantes de Bogotá	- secretario Distrital de Salud o voceros delegados como subsecretarios (según el tema). - Alcaldía Mayor de Bogotá (según el caso) - Oficina Asesora de Comunicaciones SDS	- Interacción con periodistas y medios de comunicación (free press) - Medios de comunicación externa de la SDS como página web y redes sociales. - Medios de comunicación interna de la SDS. - Canales de comunicación de la Alcaldía, Entidades del Distrito y Entidades adscritas y vinculadas al sector público de salud de Bogotá. - Medios de comunicación de otras instituciones, según el evento o emergencia. - Líneas de atención a la ciudadanía - Medios de comunicación masiva y comunitaria. - Espacios con equipos de trabajo o poblaciones específicas.	Permanente durante el tiempo que dura la urgencia o situación de emergencia	- Pronunciamientos del vocero oficial de la Entidad. - Registros de ruedas de prensa de la Entidad o conjuntas. - Boletines de prensa y comunicados oficiales - Publicaciones en los portales web y redes sociales de la Entidad - Publicaciones en los medios de comunicación de otras Entidades - Piezas de comunicación gráficas - Productos audiovisuales - Fotografías - Publicaciones en canales y medios internos de la SDS.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

Campañas relacionadas con temas liderados por otras dependencias de la Entidad y que responden a su misionalidad como aseguramiento, infraestructura en salud, trámites, servicios, jornadas, acciones de IVC, etc.	• Secretario de Salud o directivo delegado • Oficina Asesora de Comunicaciones SDS	• Interacción con periodistas y medios de comunicación (free press) • Ruedas de prensa o giras de medios. • Página web y redes sociales de la SDS • Medios de comunicación de las otras entidades adscritas y vinculadas al sector público de salud de Bogotá • Medios internos de la SDS (intranet, pantallas digitales, correo electrónico) • Medios de comunicación de las otras Entidades del Distrito. • Espacios desarrollados con la comunidad o las formas de participación social en salud. • Planes de medios pagos (cuando hay recursos)	Durante la vigencia de la actividad o campaña	• Boletines de prensa • Planes de medios • Publicaciones en redes sociales • Publicaciones en página web. • Parrillas de contenido para redes sociales • Piezas de comunicación • Fotografías • Mensajes emitidos por los diferentes medios institucionales. • Publicaciones en canales internos de la SDS.
Acciones o campañas distritales lideradas por la Alcaldía Mayor. Acciones y actividades definidas y/o ejecutadas en	• Alcalde o Alcaldía Mayor de Bogotá. • Secretario Distrital de Salud • Gerentes de las Subredes	• Interacción con periodistas y medios de comunicación (free press) • Medios y canales de comunicación externa e interna de la SDS.	Durante la vigencia de la actividad o campaña	• Publicaciones en redes sociales • Publicaciones en página web • Espacios en los portales

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES					
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión:	11

conjunto con las Subredes Integradas de Servicios de Salud, otras Entidades del sector público de salud y la Alcaldía.	Integradas de Servicios de Salud • Director del IDCBIS • Gerente de Capital Salud • Oficina de Comunicaciones SDS • Oficinas de Comunicaciones de las Entidades mencionadas.	• Medios de comunicación externa e interna de la Alcaldía Mayor. • Medios de comunicación externa e interna de las Entidades del sector público de salud de Bogotá • Ruedas de prensa o giras de medios.		• Piezas de comunicación escritas, gráficas y audiovisuales • Mensajes emitidos por los diferentes medios de la SDS y de la Alcaldía y demás entidades del Distrito
Temas de interés para los colaboradores de la SDS generados en la misma Entidad o en el Distrito.	• Secretario de Salud o su delegado, según el caso puede ser subsecretario corporativo. • Oficina de Comunicaciones SDS	• Canales y medios internos de la SDS (intranet, pantallas digitales, correo electrónico, boletines internos) • Otros mecanismos como fondos de pantalla • Eventos o actividades institucionales. • Acciones o actividades BTL (no convencionales), según los recursos disponibles. • Espacios de reunión o diálogo con grupos colaboradores en general o grupos específicos.	Permanente	• Piezas de comunicación gráficas generadas en la SDS o en otras Entidades del Distrito. • Productos audiovisuales • Fotografías • Publicaciones realizadas en los diferentes canales y medios internos de comunicación. • Informes o evidencias de campañas o acciones realizadas.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

12. SEGUIMIENTO

El seguimiento a este Plan de Comunicaciones se realiza principalmente, a través de los reportes trimestrales del Plan Operativo de Gestión y Desempeño (POGD), que se remiten a la Dirección de Planeación Institucional y Calidad, teniendo en cuenta que el POGD para el proceso 'Gestión de Comunicaciones' contiene una meta relacionada con la realización de las actividades y productos establecidos en el PECO.

De igual manera, en la Oficina Asesora de Comunicaciones se lleva un registro mensual interno de los productos realizados, en una matriz definida para este fin. Con base en la información allí registrada, por los diferentes profesionales de esta oficina, se hace un seguimiento periódico al cumplimiento del PECO (mínimo 1 vez al semestre) para también identificar información o situaciones que puedan afectar el cumplimiento de este plan, generar alertas sobre aspectos como la sobrejecución o subejecución de productos y tomar decisiones al respecto como la reprogramación de los mínimos de cumplimiento de algunos productos, cuando se considere necesario.

13. ABREVIATURAS

- ✓ **SDS:** Secretaría Distrital de Salud
- ✓ **OAC:** Oficina Asesora de Comunicaciones
- ✓ **PECO:** Plan Estratégico de Comunicaciones
- ✓ **POGD:** Plan Operativo de Gestión y Desempeño
- ✓ **TIC:** Tecnologías de la Información y la Comunicación
- ✓ **MIPG:** Modelo Integrado de Planeación y Gestión
- ✓ **SIG:** Sistema Integrado de Gestión
- ✓ **IDCBIS:** Instituto Distrital de Ciencia, Biotecnología e Innovación en Salud.
- ✓ **SISS:** Subredes Integradas de Servicios de Salud
- ✓ **EPS:** Entidades Prestadoras de Salud
- ✓ **IPS:** Instituciones Prestadoras de Salud

14. CONTROL DE CAMBIOS

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES				
	Código:	SDS-COM-PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión: 11

VERSIÓN	FECHA DE APROBACIÓN	RAZÓN DE ACTUALIZACIÓN
1	20 de octubre de 2017	Se realiza la migración de la información del documento a la plantilla institucional para plan, de acuerdo con la no conformidad definida por la oficina de control interno de la SDS en auditoría de riesgos
2	27 de marzo de 2018	De acuerdo con el procedimiento Gestión de Comunicaciones, se establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes de la Alta Dirección y de las diferentes dependencias de la entidad y las necesidades detectadas por la OAC
3	19 de marzo de 2019	De acuerdo con el procedimiento Gestión de Comunicaciones, se establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes de la Alta Dirección y de las diferentes dependencias de la entidad y las necesidades detectadas por la OAC Se actualiza el marco legal del PECO.
4	10 de julio de 2020	De acuerdo con el procedimiento Gestión de Comunicaciones, se establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes de la Alta Dirección y de las diferentes dependencias de la entidad y las necesidades detectadas por la OAC Se actualizan objetivo general y específicos, así como cada componente teniendo en cuenta el cambio de administración, el nuevo Plan de Desarrollo y Plan Territorial de Salud.
5	15 de julio de 2021	De acuerdo con el procedimiento Gestión de Comunicaciones, se establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes de la Alta Dirección y de las diferentes dependencias de la entidad y las necesidades detectadas por la OAC. En la versión 5 se incluyen en el PECO las actividades del Plan Operativo de Gestión y Desempeño e indicadores para medición del PECO.
6	24 de marzo de 2022	De acuerdo con el procedimiento Gestión de Comunicaciones, se establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes y necesidades de la Alta Dirección y de las diferentes dependencias de la entidad, así como las detectadas por la OAC. Se revisan y actualizan los temas priorizados, así como los indicadores.
7	10 de mayo de 2022	Se incluyen directrices para el manejo del lenguaje incluyente en los productos de comunicación (piezas gráficas, audiovisuales y escritas)
8	30 de junio de 2023	Se revisan y actualizan los temas priorizados, así como los productos. Si bien la formalización de este Plan no se realizó durante el primer trimestre, todos los temas y los productos que se deben ejecutar según el proceso se vienen adelantando desde el inicio de la vigencia, en respuesta a las necesidades de las diferentes dependencias y de acuerdo con los proyectos y programas que promueve la entidad. El cumplimiento de los mismos queda evidenciado en el reporte del POGD. La Oficina Asesora de Comunicaciones, sujeta a las necesidades estratégicas de la Secretaría y a decisiones relacionadas con algunos proyectos de inversión de la entidad, especialmente con los que manejan temas de provisión de servicios de salud, tuvo que redefinir acciones y/o campañas relacionadas con esos temas gracias a la asignación de nuevos recursos. Dicha situación se presentó en el mes de junio de 2023. Con esa situación la OAC pudo redefinir el PECO y formalizarlo teniendo en cuenta las novedades ya referidas.
9	21 de marzo de 2024	Actualización del plan por cambio de vigencia y de administración en el Distrito, conforme al procedimiento Gestión de Comunicaciones que establece que para cada vigencia se actualiza el PECO conforme a solicitudes y necesidades de la Alta Dirección, de las diferentes dependencias de la entidad y las identificadas por la OAC. En consecuencia, se ajustaron varios apartados como los Objetivos, Temas priorizados, Acciones a desarrollar e indicadores, Compromiso de la alta dirección, Manejo del lenguaje y Marco legal, y se incluyeron los apartados de: Seguimiento y Lineamientos para la Comunicación del riesgo en salud.
10	28 de febrero de 2025	Actualización del plan por cambio de vigencia, conforme a lo establecido en el procedimiento Gestión de Comunicaciones y teniendo en cuenta las prioridades de la Alta Dirección, solicitudes de las diferentes dependencias de la entidad y necesidades identificadas por la OAC. En consecuencia, se ajustaron arios apartados como: Objetivos, Temas priorizados, Acciones a desarrollar y mínimos de cumplimiento, Manejo del lenguaje, Marco legal, Abreviaturas y Seguimiento.
11	27 de febrero de 2025	Actualización del plan por cambio de vigencia, según lo establecido en el procedimiento Gestión de Comunicaciones y teniendo en cuenta las prioridades de la Alta Dirección, solicitudes recibidas, a la fecha de elaboración, de las diferentes dependencias de la entidad y necesidades identificadas por la OAC. En consecuencia, se ajustaron los apartados de Objetivos, Temas priorizados, Acciones a desarrollar y mínimos de cumplimiento, Plan de Acción. De igual manera, se ajustó el Marco legal conforme a la última actualización del normograma del proceso y el apartado de Seguimiento para mayor claridad y luego de una revisión interna y según lo definido en el POGD.

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. SECRETARÍA DE SALUD	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES					
	Código:	SDS-COM- PL-002	Fecha:	2026/03/05	Versión:	11