



MINISTERIO DE SALUD Y PROTECCIÓN SOCIAL

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA AUDIENCIA DE RENDICIÓN DE CUENTAS 2025

INTRODUCCIÓN

Cada año, las instituciones públicas desarrollan un ejercicio de cara a la ciudadanía con el fin de dar a conocer la información, datos, cifras y desarrollo de la gestión que llevan a cabo en cada una de sus carteras. Esta acción pública llamada Rendición de cuentas, válida los ejercicios de transparencia que el Gobierno Nacional promueve y con el que está comprometido.

Según el Departamento Nacional de Planeación, DPN, una rendición de cuentas es “una expresión de control social que comprende acciones de petición de información y explicaciones, así como la evaluación de la gestión. Este proceso tiene como finalidad la búsqueda de la transparencia de la gestión de la administración pública y a partir de allí lograr la adopción de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia, transparencia y rendición de cuentas en la cotidianidad del servidor público”.

De acuerdo con Función Pública, “la rendición de cuentas se enmarca dentro de la Política de Participación Ciudadana en la fase de evaluación del ciclo de la gestión pública, y tiene como objetivo central consolidar que las entidades de la administración pública del nivel nacional y territorial y los servidores públicos informen, expliquen y den a conocer los resultados de su gestión a los ciudadanos, la sociedad civil, otras entidades públicas y a los organismos de control, a partir de la promoción del diálogo”.

El Ministerio de Salud y Protección Social desarrolla anualmente su proceso de Rendición de cuentas a partir de la realización de distintas audiencias públicas en las que expresan por diversos medios y tecnologías, la información sobre los resultados de la gestión en Salud, así como la implementación, evaluación y seguimiento de las asignaciones e inversiones de proyectos que lleva a cabo en todo el territorio nacional.

Dos son los aspectos que se tiene en cuenta al llevar a cabo una Rendición de cuentas: la búsqueda de la transparencia que realizan las entidades,



los funcionarios en su acción y, el control social sobre la implementación de las políticas públicas y la gestión de los empleados públicos, en este caso, del sector salud.

Para la realización de las audiencias de Rendición de cuentas el Ministerio de salud ha planteado la siguiente estrategia que permitirá desarrollar las actividades previas, los eventos y posteriores acciones de seguimiento.

Objetivo de la Rendición de cuentas del Ministerio de Salud

Fortalecer la confianza de la ciudadanía en el sistema de salud colombiano, a través de un diálogo abierto y transparente, que permita visibilizar las acciones y logros del Ministerio de Salud y Protección Social, promoviendo la participación ciudadana en los procesos de transformación del sector y generando corresponsabilidad en el cuidado de la salud.

Dirigida a: ciudadanía en general con abordaje por curso de vida (niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos y personas mayores) y grupos poblacionales (indígenas, negros, afrocolombianos, raizales, palenqueros, Rrom), la principal idea de la rendición de cuentas es que todos conozcan las gestiones que el MinSalud ha realizado en torno a su contexto y en ese espacio como estrategia lograr que la ciudadanía pueda comentar sus experiencias con respecto al sistema de salud.

Slogans:

"Con dignidad cumplimos" Salud

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

Presentar las audiencias de Rendición de cuentas a través de un proceso estratégico y comunicativo implica el desarrollo de una serie de acciones que van a fortalecer la entrega de información, por un lado, y la comunicación de la gestión que, en este caso, lleva a cabo el Ministerio de Salud y Protección Social.



Componente de comunicaciones de las audiencias públicas

Objetivo general de las audiencias públicas de Rendición de cuentas

Establecer un diálogo entre la ciudadanía y el Ministerio de Salud, en el que se presente la gestión realizada en todo el territorio nacional, a partir del cambio y transformación de la salud para todos y todas, fortaleciendo la transparencia, eficiencia y responsabilidad en el uso e inversión de los recursos públicos.

Nombre de la campaña 2025

#ConDignidadCumplimos Salud

En la audiencia de Rendición de cuentas para el año 2025 se presentará un informe completo de la cartera en el marco de los 3 años y medio de gestión y ejecución del Gobierno Nacional y del Ministerio de Salud. Es por esto que, debido a la propuesta de cambio en el país, la salud ha sido un sector fundamental de la transformación que se ha propuesto.

El énfasis en la presentación de los logros que ha desarrollado el ministerio de Salud en el periodo que lleva este gobierno, hace que se muestren todas las inversiones que han llegado a las regiones para la construcción de hospitales nuevos, la recuperación de centros de salud, el funcionamiento de los equipos básicos de salud, la entrega de recursos para la adquisición de transporte asistencial y distintos programas que velan por la salud de los colombianos.

Con dignidad cumplimos, implica mostrar que la salud ha sido un eje central para este gobierno y contarle a la ciudadanía todos los beneficios que esto ha traído, pero también para seguir insistiendo que el cambio del sistema a través de una reforma es fundamental para la salud de país.

Racional

La campaña busca contarle a la ciudadanía todos los logros que ha desarrollado por el ministerio de salud y cómo esto le ha devuelto la dignidad a los colombianos.



Concepto rector

Dignidad: es el hilo conductor de la campaña, de tal manera que permite mostrar cómo con todos los logros obtenidos la calidad de vida y de salud de la gente ha cambiado.

Cumplir: como promesas del Plan de Desarrollo, cumplir con lo planteado es la mejor forma de decirle al país que la salud es fundamental para este gobierno.

Salud: es el objetivo que todos debemos llegar a tener como derecho universal para todos y por el que el ministerio trabaja

Tono

El tono que se manejará será el cotidiano y localizado con la jerga de las regiones, invitando a las comunidades a integrarse y hablándoles directamente con su lenguaje.

Emociones

Satisfacción: con los logros que se presentan las personas sentirán complacencia de lo que se les ha brindado en torno a la salud.

Confianza: cuando se cumple con lo planteado, se logra Seguridad, suficiencia, integridad de los ciudadanos hacia la institución.

Tácticos

La motivación para saber qué hace el ministerio: saber que el ministerio va a contarle a la gente lo que hace es clave y eso debe ser una acción táctica que se debe posicionar.

Las personas podrán participar: las personas van a poder preguntar y expresar lo que quieren saber directo a los funcionarios del MinSalud.

Logo

La idea principal de la campaña es Con Dignidad Cumplimos en salud, es importante que el logo muestre cómo se puede visualizar el cambio y la



dinámica en el sector salud que eso implica, se propone 4 imágenes que van en rotación a manera de círculo, así:

En la parte superior, ícono de equipos básicos (siluetas)

En la parte derecha, ícono de hospitales

En la parte inferior, ícono de ambulancias

En la parte izquierda, ícono de personas atendidas

**El ícono es el trabajado por el gobierno nacional de
#ConDignidadCumplimos**

Objetivos estratégicos

- Posicionar la idea que el trabajo realizado en salud ha sido para entregar dignidad a los colombianos, a través de presentar logros y evidencias de los cambios que ha realizado el MinSalud en las regiones.
- Acercar a la ciudadanía a la gestión del Ministerio de Salud, a partir de la información clara y oportuna que se brinde en el proceso de campaña de rendición de cuentas.

Objetivos tácticos

- Mostrar a través de una campaña de comunicación porqué el Ministerio de Salud y la actual administración, ha dignificado la salud en el país.
- Evidenciar cuáles son los principales logros y cambios en la salud en Colombia que han permitido la transformación de este sector.
- Circular de forma audiovisual, mensajes claros y concretos acerca del camino de la transformación que ha tenido el sistema de salud en Colombia durante el último año.



Temáticas a trabajar

- Salud en todas las regiones del país.
- Salud preventiva con Equipos Básicos de salud.
- Infraestructura de salud para un mejor servicio.
- Transporte en las regiones para llevar a servicio hasta lugares apartados.
- Programas sociales de salud.

Públicos de interés a las que va dirigido el contenido de las audiencias públicas de Rendición de cuentas

Principalmente, los actores que se tienen en cuenta al momento de diseñar una estrategia comunicativa para la activación del tema son: la ciudadanía en general, teniendo en cuenta que la idea es que las comunidades estén enteradas que los eventos se van a realizar y que el tema de la transformación lo entiendan como la apuesta desde la cual se construyen las acciones que se van a presentar. Luego, están las organizaciones de veedores que hacen control social en las regiones, los líderes y lideresas comunitarios, los entes de control, medios de comunicación y demás interesados que por regiones deseen tener conocimiento de en dónde se harán los encuentros y qué características tiene.

Comunicación externa:

1. Kit de medios previo para invitación: contiene comunicado general de la rendición de cuentas y las audiencias, material gráfico, vídeo promocional general de la campaña #ConDignidadCumplimos Salud, material para medios.
2. Kit de medios para la audiencia: contiene invitación, comunicado con la información, piezas planteando cómo se ha logrado darle dignidad a la salud con inversiones.



3. Campaña general:

- **Serie de vídeos de expectativa (2):** Personas de distintas partes del país en un vídeo que envíen, preguntan: ¿quisiera saber qué logros ha obtenido el ministerio de salud? Periodistas responden: Muy pronto el ministerio de salud responderá estas y otras preguntas. Te invitamos a la Audiencia de Rendición de Cuentas # y el logo de la rendición de cuentas.

Comunicación interna

Comunicación gráfica y audiovisual: producción de piezas de comunicación

La idea de la línea gráfica es que muestre imágenes de las ciudades, de personas, de la información, el # y el logo

Comunicación digital: parrilla de publicaciones

La parrilla se hará con base en la producción de contenidos en dos fases; una de expectativa y otra de invitación a cada una de las audiencias.

Mensajes

Los mensajes que se plantearán giran en torno a la invitación a la audiencia y que la gente conozca las cifras, datos y demás aspectos con los que la salud ha llevado dignidad a los territorios.

Productos a realizarse

1. Previo para sustento de campaña

Imagen de la campaña con identidad y paleta de colores

Logo de la campaña

2. De Expectativa

1 vídeo general de la campaña

2 videos de expectativa



3. De Invitación a las audiencias en cada ciudad

2 vídeos de invitación

piezas de invitación

piezas de contenido, logros e inversiones