



# PLAN DE COMUNICACIONES 2025-2026

**1.** Introducción..... 3

**2.** Contexto institucional ..... 5

**3.** Marco Normativo ..... 6

**4.** Objetivo de la Comunicación..... 7

**5.** Grupos de Valor  
–Públicos objetivo–..... 9

**6.** Estructura Organizacional ..... 14

**7.** Proceso estratégico ..... 16

**8.** Plan Estratégico de Comunicaciones  
2025-2026 ..... 17

**a.** Objetivo general..... 17  
**b.** Objetivos específicos ..... 17  
**c.** Estrategia general de comunicaciones ..... 18  
**d.** Comunicación de riesgos..... 19  
**e.** Comunicación interna ..... 19  
**f.** comunicación Externa ..... 21  
**g.** Comunicación digital y estrategia web..... 22

**9.** Actividades y Metas..... 27







# Introducción

El 2025 marca un año de transformación estratégica para el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), en el que se consolidan acciones orientadas a fortalecer la vigilancia sanitaria y la protección de la salud pública en Colombia. En este contexto, la comunicación institucional se posiciona como un pilar fundamental para garantizar la transparencia, la confianza ciudadana y la efectividad de las acciones regulatorias.

El Invima ha implementado un plan de contingencia para agilizar más de 14.000 trámites de registros sanitarios y procedimientos asociados a medicamentos, con el objetivo de optimizar la expedición y modificación de registros sanitarios, así como otros trámites gestionados por la Dirección de Medicamentos y Productos Biológicos. Esta medida busca fortalecer tanto las capacidades estructurales como los procedimientos internos de la entidad.

Como parte de esta apuesta por la eficiencia, en 2024 se lanzó InvimÁgil, una plataforma tecnológica innovadora que permite gestionar trámites de manera más rápida, transparente y accesible. InvimÁgil representa un hito en la modernización institucional, al incorporar herramientas digitales que simplifican procesos, reducen tiempos de respuesta y fortalecen la trazabilidad, impactando positivamente a los usuarios del sistema sanitario y a los sectores productivos del país.

En este marco, el Plan de Comunicaciones 2025 - 2026 del Invima se enfoca en:

-  Fortalecer la transparencia y la confianza ciudadana mediante una comunicación clara, oportuna y accesible sobre las acciones y decisiones institucionales.
-  Promover la educación sanitaria a través de campañas informativas que orienten a la población sobre el uso adecuado de medicamentos, alimentos y dispositivos médicos.
-  Fomentar la participación y el diálogo con los diferentes actores del sector salud, incluyendo ciudadanos, profesionales, empresas y medios de comunicación.
-  Potenciar la presencia digital del Invima, aprovechando las plataformas tecnológicas y las redes sociales para ampliar el alcance y la efectividad de los mensajes institucionales.

Este plan se alinea con los principios de legalidad, eficiencia y servicio público que rigen la labor del Invima, y busca contribuir al bienestar de la población colombiana mediante una comunicación estratégica y efectiva.

## Alineación con el Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026: Colombia, Potencia Mundial de la Vida

El Plan de Comunicaciones 2025 del Invima se articula de manera directa con los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 2022–2026, particularmente con el eje “Superación de privaciones como fundamento de la dignidad humana”, el cual reconoce la salud como un derecho fundamental y propone una transformación estructural del sistema sanitario colombiano.

En este marco, el Invima fortalece su rol como autoridad reguladora al contribuir a:

- Garantizar el acceso equitativo a medicamentos, dispositivos médicos y otras tecnologías en salud (Componente e), mediante procesos más ágiles, transparentes y accesibles a través de plataformas como InvimÁgil, y la constante actualización de los marcos técnicos y regulatorios.
- Acompañar el modelo preventivo y predictivo de salud pública (Componente a y b), mediante campañas educativas, alertas sanitarias y estrategias de comunicación que orientan a la ciudadanía en el uso racional y seguro de productos de consumo humano, apoyando así el enfoque de atención primaria en salud con acciones de prevención y promoción.
- Contribuir a una mejor gobernanza y sistemas de información en salud (Componente c), asegurando la disponibilidad pública de información clara, oportuna y científica a través de comunicados, boletines, redes sociales y medios digitales institucionales.
- Impulsar la sostenibilidad y la innovación (Componente d y f), divulgando avances en vigilancia sanitaria, ciencia regulatoria, y promoviendo el desarrollo de soluciones tecnológicas que fortalecen la capacidad del país para enfrentar desafíos en salud pública.

Así, desde su misionalidad, el Invima aporta de forma activa al cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo, posicionándose como un agente estratégico en la consolidación de un sistema de salud universal, justo, moderno y enfocado en el bienestar colectivo.





## Contexto institucional

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima), es un instituto técnico, científico del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud y Protección Social que tiene dentro de sus funciones la ejecución de las políticas públicas en materia sanitaria, principalmente las relacionadas con la inspección, vigilancia y control, basado en la gestión del riesgo de los productos de consumo humano, con la participación activa de la ciudadanía, en la armonización de planes, proyectos y programas con un diálogo permanente y cercano.

La responsabilidad de proteger y promover la salud pública a través del consumo de productos seguros, eficaces, el control de calidad de los medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva.

Integrar la gestión de comunicaciones, desempeña un papel crucial en el cumplimiento de la misión y visión del Invima, ya que se constituye como un puente esencial entre el instituto y sus diversos grupos de interés, tanto internos como externos. Una comunicación efectiva, clara y transparente fortalece la capacidad del Invima para liderar la protección de la salud pública, garantizar el acceso a la información y promover una cultura de rendición de cuentas para consolidar la imagen del Invima como un referente en inspección, vigilancia y control sanitario reconocido nacional e internacionalmente.

Teniendo en cuenta lo anterior, el Plan estratégico de Comunicaciones (PEC) del Invima, en cabeza del Grupo de Comunicaciones, está enfocado en fortalecer la comunicación interna y externa a través de la identificación de las necesidades de comunicación que contribuyan a la mejora continua del estatus sanitario, la identificación de los procesos de formalización y educación sanitaria y la presencia en el territorio nacional.





## Marco Normativo

El presente Plan Estratégico de Comunicaciones del Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos – Invima, se sustenta en la siguiente normatividad:

Título	Descripción
<b>Constitución Política de 1991</b>	- Artículo 23: Derecho de petición, que garantiza el acceso oportuno a información y documentos públicos.
	- Artículo 74: Derecho a acceder a documentos públicos.
	- Artículo 209: Principio de publicidad de la administración pública.
<b>Ley 100 de 1993</b>	Artículo 245: Define los productos objeto de inspección, vigilancia y control por parte del Invima.
<b>Ley 9 de 1979</b>	Por la cual se dicta el Código Sanitario Nacional. Establece las disposiciones generales para la protección de la salud pública.
<b>Ley 489 de 1998</b>	Regula la organización y funcionamiento de las entidades del Estado y establece normas de participación ciudadana y rendición de cuentas.
<b>Ley 152 de 1994</b>	Ley Orgánica del Plan Nacional de Desarrollo. Incluye lineamientos para la planeación y seguimiento institucional.
<b>Ley 1474 de 2011</b>	Estatuto Anticorrupción. Fortalece mecanismos de control de gestión, transparencia y rendición de cuentas. Incluye el artículo 78 sobre democratización de la administración pública.
<b>Ley 1712 de 2014</b>	Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. Establece los principios y deberes para garantizar el acceso a información.
<b>Ley 1757 de 2015</b>	Regula el derecho a la participación democrática.
<b>Ley 2294 de 2023</b>	Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia potencia mundial de la vida” Establece prioridades nacionales en salud pública, innovación y transparencia.
<b>Decreto 2078 de 2012</b>	Por el cual se establecen las funciones del Invima y se determinan su estructura interna y campos de acción.
<b>Decreto 780 de 2016</b>	Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social. Recoge normas sobre vigilancia sanitaria, calidad de productos y seguridad del paciente.
<b>Resolución 1519 de 2020</b>	Define estándares para publicar información de acuerdo con la Ley 1712 de 2014: accesibilidad web, datos abiertos y seguridad digital.
<b>Decreto 1122 de 2024</b>	Establece lineamientos mínimos para la implementación de Programas de Transparencia y Ética Pública en las entidades del Estado.
<b>Resoluciones internas del Invima</b>	Reglamentan las funciones misionales de comunicación, divulgación, educación sanitaria y articulación con el Sistema Nacional de Vigilancia Sanitaria. Manual de Uso de Imagen y Lineamiento de redes sociales.



## Objetivo de la Comunicación

Durante el 2024, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) consolidó su compromiso con la salud pública, destacándose por su labor en la vigilancia sanitaria y la protección de los consumidores colombianos. Este trabajo se fortaleció mediante estrategias de comunicación que permitieron una interacción más cercana con la ciudadanía y los actores del sector salud.

### Fortalecimiento de la Vigilancia Sanitaria

El Invima adelantó investigaciones y acciones en articulación con establecimientos exportadores e importadores, fabricantes en Colombia y entidades territoriales, con el objetivo de garantizar la calidad y seguridad de los productos de consumo humano. Estas acciones fueron comunicadas oportunamente a través de boletines informativos y alertas sanitarias, asegurando que la población estuviera informada sobre los riesgos y medidas preventivas.

### Estrategias de Comunicación y Participación Ciudadana

El Invima adelantó investigaciones y acciones en articulación con establecimientos exportadores e importadores, fabricantes en Colombia y entidades territoriales, con el objetivo de garantizar la calidad y seguridad de los productos de consumo humano. Estas acciones fueron comunicadas oportunamente a través de boletines informativos y alertas sanitarias, asegurando que la población estuviera informada sobre los riesgos y medidas preventivas.

### Innovación Tecnológica y Mejora de Procesos

Con el objetivo de mejorar la eficiencia en la gestión de trámites, el Invima implementó herramientas tecnológicas que permitieron una atención más ágil y transparente a los usuarios. Estas mejoras fueron comunicadas a través de comunicados de prensa y publicaciones en el portal web institucional, facilitando el acceso a la información y fortaleciendo la confianza en la entidad.

## Resultados y Alcance

**Comunicados de prensa:** Se publicaron 50 comunicados informando sobre acciones regulatorias, alertas sanitarias y avances institucionales.

**Eventos:** Se realizaron 28 eventos dirigidos a profesionales de la salud y al público en general, promoviendo el conocimiento sobre temas sanitarios.

**Presencia en medios:** El Invima tuvo en total 85 noticias publicadas sobre temas relacionadas con su gestión, una destacada presencia en medios de comunicación nacionales y regionales, lo que permitió amplificar el alcance de sus mensajes y fortalecer su imagen institucional.

Por esta razón, la Oficina Asesora de Comunicaciones proyecta el Plan de Comunicaciones PEC 2025- 2026, como una hoja de ruta estratégica orientada a superar los logros alcanzados, fortalecer los canales de información y profundizar la conexión con los diferentes grupos de valor.

El PEC busca mejorar la relación con el usuario final, asegurando una comunicación más cercana, transparente, accesible y efectiva, que acompañe el ejercicio misional del Invima y refuerce su rol como autoridad sanitaria nacional.





# Grupos de Valor

## –Públicos objetivo–



A continuación, se relacionan las partes interesadas identificadas en el Invima, así:

Interesado	Necesidades	Expectativas	Mecanismos de comunicación
	- Obtener los resultados de los trámites relacionados con registros sanitarios y trámites asociados, auditorías y certificaciones, autorizaciones, etc., de los productos objeto de vigilancia por el Invima, con las características de oportunidad, calidad de la información y claridad de los documentos requeridos, dando cumplimiento a las disposiciones normativas vigentes.	- Presentar las solicitudes y recibir respuesta de los trámites de registro sanitarios y trámites asociados, auditorías y certificaciones, autorizaciones, etc., en línea.	Principal: Rendición de cuentas Notificación de trámites
	- Recibir las visitas de inspección, vigilancia y control de personal competente del Invima que actúe dentro de los parámetros establecidos en la normatividad sanitaria vigente.	- Obtener el resultado del trámite solicitado en un tiempo menor al establecido en la normatividad vigente aplicable.	Otros: Página web
<b>Vigilados</b>			Comunicación telefónica
<b>(Personas Naturales y Jurídicas)</b>	- Recibir respuesta oportuna, confiable y eficaz frente a las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y solicitudes (PQRDS) interpuestas ante el Invima.	- Obtener el resultado del trámite con la información clara, completa y sin errores atribuibles a la entidad.	Comunicación escrita
			Correo electrónico
	- Recibir un trato amable, respetuoso y cordial, por todos los canales de atención.		Atención personalizada
	- Asegurar que todos los productos vigilados por el Invima cuenten con registro sanitario, permiso sanitario, notificación sanitaria, garantizando calidad y seguridad para el uso y consumo humano.	- Recibir información que permita fomentar prácticas de auto regulación y autocontrol orientadas al uso y consumo seguro de los productos objeto de IVC por parte del Invima.	Principal: Rendición de Cuentas Otros: Página web
<b>Ciudadanía</b>	- Recibir respuesta oportuna, confiable y eficaz frente a las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y solicitudes (PQRDS) interpuestas ante el Invima.	- Realizar las funciones de inspección sanitaria, con imparcialidad para la totalidad de los establecimientos vigilados, cumpliendo con el modelo IVC SOA.	Comunicación telefónica
			Comunicación escrita
	- Disponibilidad de los mecanismos de comunicación a través de los cuales la ciudadanía pueda encontrar u obtener información de interés acerca de las acciones del Invima y de los productos objeto de vigilancia de la institución.	- Hacer seguimiento los trámites radicados de manera inmediata por medio virtual.	Correo electrónico

(Habitantes del territorio colombiano, quienes cuentan con la gestión de inspección, vigilancia y control sanitario que adelanta el Invima sobre alimentos, medicamentos, cosméticos y demás insumos para garantizar la salud)			Atención personalizada
	- Proteger y promover la salud de la población, mediante la gestión del riesgo asociada al consumo y uso de los productos objeto de vigilancia sanitaria.	- Acceso a la información en tiempo real	
	- Ejercer vigilancia y contrarrestar la ilegalidad en el territorio nacional por fabricación o importación de productos adulterados que causen daños en la salud de la población.		
	- Asegurar el cumplimiento a la normatividad Sanitaria Vigente y se impongan las sanciones a quién corresponda.		
	- Recibir un trato amable, respetuoso y cordial, por todos los canales de atención.		
<b>Cliente Interno</b>	- Disponibilidad de información relacionada con la planeación y desarrollo de las actividades de las áreas y procesos del Invima.	- Fomento y promoción de los programas de salud, prevención de accidentes, enfermedades laborales, estilos de vida saludables y autocuidado.	Página web
			Telefónico
<b>(1. Dirección General, 2. Direcciones Misionales, 3. Oficinas Asesoras, 4. Funcionarios, 5. Macroprocesos y Procesos del Sistema de Gestión Integrado)</b>	- Acceso, oportunidad y confiabilidad en la información suministrada por las diferentes áreas y procesos del Invima.	- Disminución de documentos del Sistema de Gestión Integrado.	Comunicación escrita
			Correo electrónico
	- Políticas, procedimientos, guías, instructivos, formatos publicados en las versiones vigentes y disponibles para su consulta.	- Elementos y bienes en óptimo estado para el desarrollo de las actividades del Invima	Atención personalizada
	- Garantizar las condiciones de salud y seguridad en el trabajo a los servidores públicos del Instituto		
	- Contar los bienes y/o elementos requeridos por las diferentes dependencias para el desarrollo de las actividades diarias.		
	- Realizar las funciones de inspección sanitaria, con imparcialidad para la totalidad de los establecimientos vigilados, cumpliendo con el modelo IVC SOA		Página web
			Telefónico

	- Fomentar la unidad de criterio en las Entidades Territoriales de Salud, mediante la capacitación y asistencia técnica en temas relacionados con las acciones de IVC en los productos competencia de las entidades y la intervención de las mismas en la cadena productiva de acuerdo a las competencias establecidas en la Ley.		Comunicación escrita
			Correo electrónico
<b>Gobierno</b>	- Cumplir con los lineamientos del Plan de Desarrollo y demás disposiciones legales vigentes.		
	- Recibir respuesta oportuna a las solicitudes de información presentadas al Invima, de conformidad con las normas y procedimientos vigentes.		
	- Divulgar las normas expedidas por las autoridades competentes, que tengan relación con el Instituto, con el fin que los interesados se encuentren actualizados normativamente.		
	- Coordinar y armonizar las acciones de IVC bajo el enfoque de la gestión del riesgo asociada al consumo y uso de los productos objeto de vigilancia sanitaria, en el marco de las competencias establecidas por la Ley.		
	- Emitir conceptos sanitarios y aplicar medidas sanitarias con base en la reglamentación sanitaria vigente	- Generar espacios de concertación y de intercambio del conocimiento que conduzcan a la articulación de las acciones de IVC entre las entidades sanitarias del orden nacional y regional.	
	- Presentar la información de competencia institucional clara, precisa y concisa, de manera que permita la definición de actividades interinstitucionales de manera coordinada y sin desviaciones o reprocesos.		
	- Información clara y oportuna del manejo de los recursos a cargo de la entidad y su administración, en la que se refleje el buen uso de los recursos y bienes públicos.		
	- Contar con la información correspondiente al desempeño, la gestión y faltas disciplinarias de los servidores públicos y los particulares que prestan sus servicios al Invima y manejan recursos de la entidad.		
	- Contar con información de la gestión y conductas de los funcionarios garantizando el buen trato y los derechos de los ciudadanos.		
	- Establecer convenios para la investigación y generación de conocimiento frente a los productos competencia del Invima.	- Trabajo colaborativo basado en el intercambio continuo del conocimiento para la implementación de los planes, programas y proyectos que apoyen el fortalecimiento de la Seguridad Sanitaria en Colombia.	Página web
<b>Academia y Comunidad Científica</b>			Telefónico
	- Socialización de los resultados de la Comisión de las Salas Especializadas.	- Generar espacios académicos para debatir temas de interés competencia del Invima y las autoridades sanitarias a nivel mundial.	Comunicación escrita

(1. Instituto de Evaluación Tecnológica en Salud, 2. Asociación Colombiana de Sociedades Científicas, 3. Universidades, 4. Sociedad de Obesidad)			Correo electrónico
	- Recibir información sobre la gestión del Invima.		Atención personalizada
	- Oportunidad y confiabilidad en la información suministrada por la entidad.		
	- Recibir un trato amable, respetuoso y cordial, por todos los canales de atención.		
	- Realizar las funciones de inspección sanitaria, con imparcialidad para la totalidad de los establecimientos vigilados, cumpliendo con el modelo IVC SOA	- Acciones Inmediatas de lucha contra la ilegalidad, contrabando y corrupción	Página web
	- Análisis y resultados conforme a la información reportada en bases de datos públicas y normas y procedimientos vigentes.	- Negociaciones con agilidad para tener acuerdos beneficiosos para los diferentes gremios.	Comunicación escrita
			Correo electrónico
<b>Gremios</b>	- Recibir respuesta oportuna y eficaz frente a las peticiones, quejas, reclamos, denuncias y solicitudes (PQRDS) interpuestas ante el Invima.		Atención personalizada
	- Articulación para formular estrategias de lucha contra la ilegalidad, contrabando y corrupción.		
	- Apertura de mercados, mejores condiciones de comercialización desde lo sanitario.		
	- Recibir un trato amable, respetuoso y cordial, por todos los canales de atención.		
	- Cumplimiento de los lineamientos establecidos por el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública respecto al desarrollo de los procesos de Contratación.	- Continuidad de la relación contractual	Página web
			Telefónico
<b>Proveedores</b>	- Publicación de los procesos de contratación para atender las necesidades establecidas por la entidad.	- Reconocimiento al servicio prestado	Comunicación escrita
			Correo electrónico
<b>(Personas naturales o jurídicas que suministran un bien o prestan un servicio requerido por el Invima (transporte, servicios generales, papelería)</b>	- Darle trámite oportuno a las solicitudes de pago de los proveedores.		Atención personalizada
	- Tramitar las solicitudes para pago de los contratos suscritos por la entidad.		
	- Información clara y oportuna de las necesidades establecidas por la entidad.		
	- Realizar la certificación a satisfacción de los servicios prestados o elementos adquiridos de forma oportuna.		



<b>Medios de Comunicación</b>	- Información oportuna sobre las acciones de inspección, vigilancia y control.		Página web
			Telefónico
(1. Convencionales, 2. Emisoras de interés público, 3. Alternativos, 4. Digitales, 5. Regionales, 6. Comunitarios)	- Información especializada sobre productos competencia del Invima.	- Atención inmediata a los medios	Comunicación escrita
			Correo electrónico
	- Recibir un trato amable, respetuoso y cordial, por todos los canales de atención.		
	- Compartir información Técnica / Científica, sobre temas de Interés de Salud (Alertas y Etas), lineamientos de Comercio Internacional, avances relacionados con estudios de casos, entre otros, que permita una articulación entre los diferentes estamentos de carácter sanitario en el mundo.	- Intercambio de conocimientos y experiencias.	Página web
			Telefónico
	- Participación en Acuerdos Comerciales y proyectos de cooperación.	- Articulación para formular estrategias de lucha contra la ilegalidad y contrabando.	Comunicación escrita
			Correo electrónico
<b>Organismos Internacionales</b>	- Acciones en conjunto sobre las acciones de inspección, vigilancia y control.	- Comunicación oportuna entre las entidades participantes.	Atención personalizada
	- Participación activa en los eventos de negociación y cooperación.	- Oportunidad y confiabilidad en la información suministrada por la entidad.	
	- Cumplimiento de los compromisos adquiridos en negociación y cooperación.		
	- Disponibilidad de información de lucha contra la ilegalidad, contrabando y corrupción.		



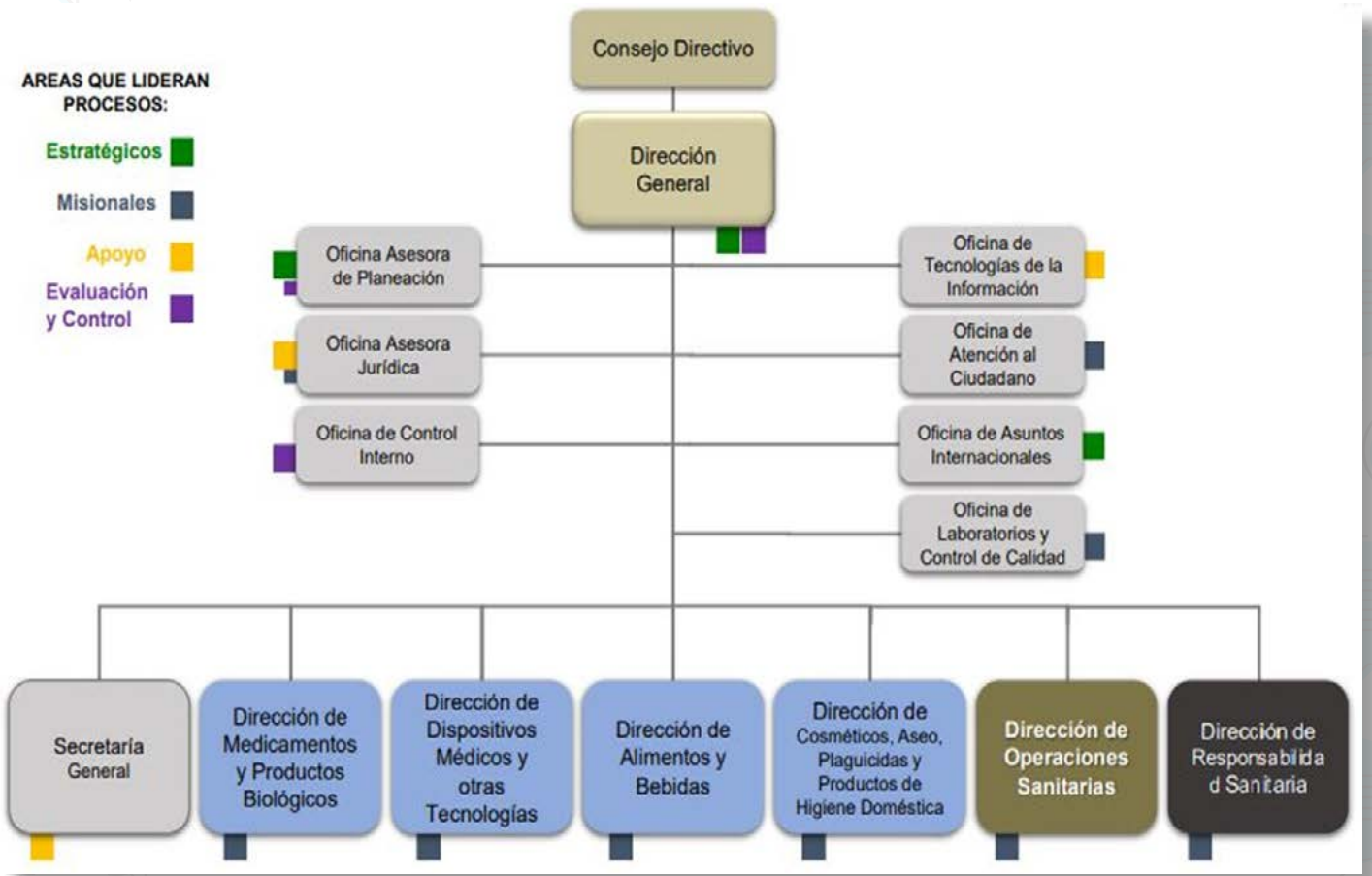


## Estructura organizacional

Dentro de las funciones asignadas al Invima, en concordancia con la modificación de su estructura realizada mediante los Decretos 2078 y 2079 del 08 de octubre 2012, “el Invima tiene como objetivo actuar como institución de referencia nacional en materia sanitaria y ejecutar las políticas formuladas por el Ministerio de Salud y Protección Social en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de los medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva de conformidad con lo señalado en el artículo 245 de la Ley 100 de 1993 y en las demás normas que la modifiquen, adicionen o sustituyan”.

Para el cumplimiento de su misión, tiene la siguiente estructura:

- Consejo Directivo
- Dirección General
- Oficina Asesora de Planeación
- Oficina Asesora Jurídica
- Oficina de Control Interno
- Oficina de Laboratorios y Control de Calidad
- Oficina de Tecnologías de la Información
- Oficina de Atención al Ciudadano
- Oficina de Asuntos Internacionales
- Secretaría General
- Dirección de Medicamentos y Productos Biológicos
- Dirección de Alimentos y Bebidas
- Dirección de Dispositivos Médicos y Otras Tecnologías
- Dirección de Cosméticos, Aseo, Plaguicidas y Productos de Higiene Doméstica
- Dirección de Operaciones Sanitarias
- Dirección de Responsabilidad Sanitaria
- Órganos de Asesoría y Coordinación





## Proceso estratégico

El Invima tiene como misión, ejecutar las políticas formuladas por el Gobierno en materia de inspección, vigilancia y control sanitario, basado en la gestión del riesgo de los productos de su competencia, para proteger y promover la salud pública, a través de la articulación sectorial e intersectorial y contribuir a la mejora continua del estatus sanitario.

Sin embargo, la efectividad de estas acciones depende en gran medida de una comunicación clara y eficiente con los ciudadanos, el sector empresarial, las autoridades sanitarias y otras partes interesadas.

La gestión de comunicaciones en el Invima se desarrolla con actividades planificadas, coordinadas y documentadas en el proceso estratégico, siendo un factor clave para asegurar que el Instituto cumpla con sus objetivos institucionales, normativos y de gestión. Como entidad clave en el sistema de salud pública del país, su percepción pública debe ser gestionada con cuidado y de manera estratégica para consolidar la imagen e identidad institucional como un ente confiable y competente, capaz de ejecutar políticas de inspección, vigilancia y control sanitario con altos estándares de calidad y en favor de la salud de los colombianos.

El Grupo de Comunicaciones adscrito a la Dirección General del Invima tiene como principal función, el liderazgo en la ejecución de las estrategias de comunicación a las partes interesadas, así como la armonización de la comunicación al interior de las dependencias, con el propósito de asegurar que los mensajes relacionados con la gestión del riesgo lleguen de manera clara y oportuna a los diferentes públicos, apoyando la articulación intersectorial e interinstitucional.











# Plan Estratégico de Comunicaciones 2025-2026

## a. Objetivo general

Diseñar e implementar el Plan Estratégico de Comunicaciones del INVIMA 2025–2026, como una herramienta institucional orientada a fortalecer la relación con los ciudadanos, los grupos de valor y los actores del sistema de salud, garantizando el acceso oportuno, transparente y confiable a la información pública; promoviendo una cultura de legalidad, prevención, autocuidado y participación, con enfoque en **la gestión del riesgo sanitario**, la **comunicación de riesgos**, y alineado con la Política de Transparencia, Ética Pública y el Plan Anticorrupción.





## b. Objetivos específicos

-  Fortalecer la comunicación institucional interna y externa, garantizando coherencia, oportunidad y claridad en los mensajes dirigidos a los diferentes públicos del INVIMA.
-  Consolidar un enfoque de comunicación basado en la gestión del riesgo, que articule las funciones técnicas y misionales del Instituto con estrategias pedagógicas, preventivas y educativas.
-  Desarrollar e implementar acciones de comunicación de riesgos que permitan a la ciudadanía tomar decisiones informadas frente a alertas sanitarias, emergencias en salud pública y amenazas de impacto nacional o regional.
-  Promover la transparencia, el acceso a la información pública y la rendición de cuentas, en cumplimiento de la Ley 1712 de 2014, el PTEP 2025 y el Plan Anticorrupción, mediante estrategias de divulgación, apropiación social del conocimiento y fortalecimiento de los canales institucionales.
-  Fomentar el uso estratégico de canales digitales y tradicionales para mejorar el alcance, la participación y la confianza de los usuarios, empresarios, investigadores, medios de comunicación y ciudadanía en general.
-  Diseñar herramientas de evaluación y seguimiento que permitan medir el impacto de las estrategias comunicativas, y ajustar las acciones en función del contexto y los aprendizajes institucionales.






## c. Estrategia general de comunicaciones

El Plan Estratégico de Comunicaciones del Invima, se alinea de forma directa con los cuatro objetivos estratégicos definidos en el Plan Estratégico Institucional, reconociéndolos como ejes orientadores para la construcción de mensajes, campañas, estrategias de divulgación y acciones de relacionamiento con los grupos de valor.

En tal sentido, desde el enfoque de comunicación institucional, se priorizarán los siguientes objetivos estratégicos:

- 
**Estatus Sanitario:** Comunicar de forma clara, veraz y oportuna los avances del Invima en la gestión del riesgo y el fortalecimiento de la inspección, vigilancia y control sanitario, con el fin de promover la confianza ciudadana y el reconocimiento nacional e internacional de la entidad.
- 
**Eficiencia Institucional:** Divulgar los esfuerzos de modernización tecnológica, optimización de trámites y mejora continua en la prestación de servicios, con mensajes que fortalezcan la imagen de una entidad ágil, accesible y centrada en el ciudadano.
- 
**Gestión del Conocimiento y del Talento Humano:** Visibilizar las capacidades, el conocimiento técnico y el compromiso de los servidores públicos del Invima, así como los avances en transparencia, participación ciudadana y rendición de cuentas, pilares fundamentales para una gestión pública ética y responsable.
- 
**Transparencia y Legalidad:** Promover campañas que destaquen las Invima como un actor clave en la construcción de una Colombia más legal, justa y transparente.

Y se fundamenta en cinco pilares transversales:

- 
 Comunicación pública con propósito institucional, alineada con los valores de legalidad, servicio y compromiso con la salud pública.
- 
 Gestión del conocimiento técnico-científico, traduciéndolo en mensajes claros, comprensibles y pedagógicos.
- 
 Comunicación de riesgos y crisis, como eje prioritario del relacionamiento con la ciudadanía ante alertas sanitarias y amenazas a la salud colectiva.
- 
 Transparencia activa y acceso a la información, como garantía del derecho ciudadano a saber y participar.
- 
 Transformación digital y proximidad territorial, para llegar de forma eficaz y pertinente a los públicos estratégicos, especialmente en zonas con alta vulnerabilidad sanitaria o económica.






## d. Comunicación de riesgos

### Definición

La comunicación de riesgos es el intercambio en tiempo real de información, recomendaciones y opiniones entre expertos y ciudadanos que enfrentan una amenaza para su salud, su bienestar o su entorno. Tiene como propósito principal empoderar a las personas para tomar decisiones informadas y mitigar los efectos de una amenaza, como un brote epidemiológico, una alerta por medicamentos, o una emergencia alimentaria.

Importancia para el INVIMA

Como autoridad sanitaria nacional, el INVIMA emite alertas constantes que exigen una respuesta clara, rápida y creíble. Este componente busca:

-  Establecer protocolos de respuesta comunicativa ante alertas sanitarias.
-  Entender las percepciones y preocupaciones de los públicos afectados.
-  Diseñar mensajes segmentados, culturalmente apropiados y efectivos.
-  Prevenir y gestionar rumores, desinformación y pánico colectivo.
-  Coordinar con autoridades locales y medios para amplificar la información confiable.

Relación con el derecho a la información y la transparencia:

Este enfoque refuerza el cumplimiento del derecho constitucional al acceso a la información (Ley 1712 de 2014), y contribuye al cumplimiento de la Política de Transparencia y del Plan Anticorrupción, al evitar vacíos informativos que pueden ser instrumentalizados para prácticas corruptas o negligentes.

## e. Comunicación interna

Importancia de la comunicación interna para el Invima








El Plan Estratégico Institucional (PEI) 2023–2026 del Invima reconoce la comunicación interna como una herramienta esencial para consolidar la articulación entre el direccionamiento estratégico y el trabajo cotidiano de los servidores públicos. En una entidad técnica y científica, cuya misión está orientada a proteger la salud pública mediante la vigilancia sanitaria, la comunicación interna trasciende la función informativa y se posiciona como un sistema que habilita la transformación, fortalece la cohesión de los equipos y promueve el liderazgo colaborativo. Una comunicación clara, oportuna y bidireccional facilita la apropiación de decisiones, la comprensión de los procesos de cambio y el fortalecimiento de una cultura organizacional alineada con los valores institucionales y el servicio a la ciudadanía.

## Definición del frente interno

El frente interno del Invima se compone del conjunto de acciones, canales y contenidos orientados a fortalecer el relacionamiento, la alineación y el sentido de pertenencia del talento humano de la entidad. Este frente comprende la comunicación descendente proveniente de la Dirección General y los niveles estratégicos, así como los flujos horizontales y ascendentes de participación, diálogo y retroalimentación entre las áreas, los equipos de trabajo y los Grupos de Trabajo Territorial. Su propósito es promover la apropiación del direccionamiento institucional, consolidar una cultura centrada en la integridad, la excelencia y el compromiso público, y fomentar ambientes laborales que reflejen el bienestar y la identidad del Invima. Este enfoque se alinea con la visión de ser una entidad familiarmente responsable, y articula estrategias de liderazgo, gestión del cambio, cultura y fortalecimiento institucional desde una perspectiva humana, ética y transformadora.

## Frente interno

En coherencia con los propósitos definidos en el PEI 2023–2026 y considerando las dinámicas internas de la entidad, se consideran los componentes estratégicos para fortalecer el frente interno en el marco del PEC:

-  Alineación con los propósitos institucionales
-  Asegurar que las campañas, contenidos y mensajes internos promuevan los tres propósitos estratégicos del Invima: Cuidar con conocimiento, Impulsar la transformación y Conectar con el país. La comunicación interna debe contribuir a consolidar una cultura de legalidad, transparencia, bienestar y eficiencia.  
Modelo de comunicación para el cambio
-  Fortalecer el uso del Señor Edi como figura pedagógica y embajador del cambio dentro del modelo de comunicación institucional. Esta herramienta debe acompañar procesos estructurales como el rediseño institucional, la modernización tecnológica y los ajustes normativos, mediante mensajes claros, empáticos y cercanos que permitan mitigar la incertidumbre y fortalecer la confianza organizacional.
-  Red de comunicación interna territorial
-  Consolidar una red de comunicación en los Grupos de Trabajo Territorial, que facilite la descentralización de los mensajes, amplifique la voz de los territorios y garantice que la información institucional llegue de manera clara y oportuna a todas las zonas, especialmente a quienes desempeñan funciones de inspección, vigilancia y control (IVC).
-  Identidad y sentido de pertenencia
-  Implementar una estrategia que visibilice los aportes del talento humano, refuerce los valores institucionales y promueva la noción de Familia Invima como pilar emocional y ético del trabajo colectivo. Esta estrategia puede articularse con espacios como los Café Meet, potenciándolos como escenarios para el reconocimiento, la escucha activa y la conexión institucional entre servidores públicos.



## f. comunicación Externa

Importancia de la comunicación externa para el Invima





La comunicación externa en el Invima cumple un rol estratégico para consolidar su imagen como entidad técnica, confiable y cercana a la ciudadanía.

A través de canales digitales, medios de comunicación, eventos, campañas y relacionamiento interinstitucional, se busca informar, educar y generar confianza sobre las acciones regulatorias, los avances tecnológicos y los servicios que presta la entidad. Esta comunicación tiene como propósito fortalecer la relación con los grupos de valor externos —usuarios del sistema, ciudadanía, gremios, sector salud, academia y medios—, garantizando el acceso oportuno, claro y transparente a información relevante. Así, el Invima reafirma su compromiso con la salud pública, la participación ciudadana y la rendición de cuentas, adaptándose a los retos actuales en vigilancia sanitaria y transformación digital.

### Frente externo

Por su parte, el frente externo se refiere a todas las acciones comunicativas dirigidas hacia la ciudadanía, los medios de comunicación, los sectores productivos, entidades del Estado, y otros actores clave del sistema de salud.

### Prensa, opinión y visibilidad en medios

-  Realizar entrevistas, columnas de opinión y rondas de medios, con especial énfasis en medios regionales, para divulgar los avances, retos y resultados de la gestión institucional, incluyendo trámites, vigilancia sanitaria, campañas educativas y casos de éxito.
-  Participar en espacios de alto impacto informativo, como La Agenda de Presidencia y otros encuentros de prensa, para interactuar con periodistas comunitarios y regionales, generando confianza y mayor cobertura de la labor institucional.
-  Cubrir periódicamente eventos institucionales, tanto presenciales como virtuales, relacionados con lanzamientos, actualización de plataformas (como InvimÁgil), jornadas de sensibilización, operativos de inspección y espacios de rendición de cuentas.
-  Coordinar la logística comunicacional de eventos propios o interinstitucionales, asegurando la producción de material audiovisual, piezas gráficas, soporte técnico y demás elementos para garantizar una adecuada experiencia comunicativa.

- Publicar comunicados de prensa estratégicos sobre decisiones regulatorias, alertas sanitarias, nuevos lineamientos técnicos, resultados operativos y publicaciones institucionales, asegurando claridad y oportunidad en los mensajes.
- Elaborar notas y crónicas periodísticas para medios institucionales (TV, radio y redes), enfocadas en logros, avances tecnológicos, historias de impacto, mejoras en trámites, y el trabajo territorial del Invima.

## 9. Comunicación digital y estrategia web

Importancia de la comunicación digital para el Invima






El frente digital es una de las líneas más dinámicas y transversales del Plan de Comunicaciones del Invima, ya que permite amplificar el alcance, la interacción y la efectividad de los mensajes institucionales.


A través del uso estratégico de plataformas como redes sociales, el portal web, boletines de prensa, podcasts, webinars y el canal oficial de WhatsApp, se facilita una comunicación ágil, directa y centrada en el ciudadano.




Este frente impulsa la divulgación de alertas sanitarias, campañas educativas, novedades regulatorias, y promueve la apropiación de herramientas tecnológicas como InvimÁgil. Además, permite segmentar audiencias, personalizar contenidos y medir en tiempo real el impacto comunicativo, lo que convierte al frente digital en un aliado clave para fortalecer la transparencia, la confianza y la cultura sanitaria en el entorno virtual.

- Diseñar y ejecutar una estrategia digital integral para divulgar publicaciones técnicas, campañas educativas y novedades regulatorias, mediante redes sociales, comunicados web, seminarios en línea y podcasts institucionales.
- Elaborar boletines de prensa dirigidos a públicos específicos, como farmacéuticos, empresarios, academia y consumidores, facilitando la comprensión de normativas, guías y procedimientos.
- Producir podcasts informativos con un lenguaje cercano, sobre avances en vigilancia sanitaria, historias destacadas, alertas, iniciativas territoriales y entrevistas a expertos o representantes de grupos de interés.
- Promover alianzas estratégicas de difusión con medios institucionales, gremios, entes territoriales y emisoras comunitarias para amplificar el alcance de campañas y contenidos.
- Liderar campañas en redes sociales que generen apropiación de la información, promuevan el uso responsable de productos regulados, y fortalezcan la interacción con los usuarios.

Las redes sociales institucionales son herramientas clave para:

-  Difundir información sanitaria de interés público.
-  Educar a la población sobre el uso correcto de medicamentos, alimentos, dispositivos médicos y productos de higiene.
-  Visibilizar el trabajo de las direcciones misionales.
-  Promover campañas institucionales y eventos relevantes.
-  Interaccionar con la ciudadanía de manera directa, clara y oportuna.

REDES SOCIALES	DESCRIPCIÓN	FUNCIONES
 <b>FACEBOOK</b>	<p>Plataforma clave para la difusión masiva de contenido educativo, campañas sanitarias, alertas y eventos institucionales. Permite alcanzar una audiencia amplia y diversa mediante publicaciones visuales, videos y transmisiones en vivo.</p>	<p><b>Videos educativos:</b> Uso correcto de medicamentos, dispositivos médicos.</p> <p><b>Infografías:</b> Campañas de educación sanitaria sobre manipulación de alimentos.</p> <p><b>Historias:</b> Campañas sanitarias sobre los temas de interés de las direcciones misionales.</p> <p>Publicaciones de eventos</p> <p>Publicaciones de reels</p>
 <b>INSTAGRAM</b>	<p>Canal visual ideal para conectar con el público mediante imágenes, infografías, reels e historias. Facilita el posicionamiento de campañas educativas, promoviendo el engagement a través de hashtags y contenidos atractivos.</p>	<p><b>Publicación de campañas educativas y sanitarias:</b> Prevención y uso de medicamentos</p> <p><b>Hashtags:</b> Se usarán hashtag para dar alcance a las publicaciones y generar más interactividad.</p> <p><b>Historias:</b> Campañas sanitarias sobre los temas de interés de las direcciones misionales.</p> <p>Publicaciones de eventos</p> <p>Publicaciones de reels</p> <p><b>Publicación de comunicados de prensa:</b> Temas de interés de las direcciones misionales.</p>
 <b>LINKEDIN</b>	<p>Espacio profesional orientado a fortalecer la reputación institucional frente a otros organismos, profesionales del sector salud y aliados estratégicos. Útil para compartir publicaciones educativas, comunicados oficiales y logros institucionales.</p>	<p>Se compartirán publicaciones educativas, comunicados de prensa.</p>

 <b>TWITTER</b>	<p>Medio de comunicación ágil y directo para la difusión de alertas, comunicados de prensa, fechas conmemorativas de salud y noticias de última hora. Favorece la interacción con medios de comunicación y usuarios activos en temas de salud pública.</p>	<p>Publicaciones de campañas sanitarias.</p> <p>Publicaciones de días conmemorativos de la salud</p>
 <b>YOUTUBE</b>	<p>Plataforma para publicar contenido audiovisual educativo, como capacitaciones, webinars y casos de éxito. Permite profundizar en temas sanitarios mediante formatos dinámicos y accesibles para diferentes públicos.</p>	<p><b>Publicación de contenido audiovisual:</b></p> <p>Publicación de capacitaciones virtuales o webinar</p> <p>Publicación de los casos de éxito</p>
 <b>PÁGINA WEB</b>	<p>Centro oficial de información institucional, donde se alojan comunicados, campañas, eventos y piezas gráficas. Funciona como repositorio de contenido validado, garantizando acceso confiable a la información de interés público.</p>	<p>Se publican los comunicados de prensa, con base en la información de interés.</p> <p>Se publican piezas gráficas sobre los eventos programados de la entidad</p>

## CAMPAÑAS:

Las **campañas en redes sociales de una entidad pública** son estrategias de comunicación digital diseñadas para **informar, educar y generar conciencia** sobre temas de interés público, alineadas con las funciones misionales de la entidad. Estas campañas utilizan plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras, para llegar a diferentes públicos de forma directa, accesible y oportuna.

### ¿Qué objetivos tienen?

- ☞ Promover la salud, seguridad, derechos y deberes ciudadanos.
- ☞ Prevenir riesgos sanitarios o sociales.
- ☞ Divulgar programas, normativas o servicios públicos.
- ☞ Fomentar la participación ciudadana.
- ☞ Reforzar la transparencia institucional.

Lineamientos para las campañas (marco general)

## 1. Uso responsable de productos de consumo

- ☞ **Medicamentos:** uso racional, automedicación, medicamentos vencidos.
- ☞ **Productos cosméticos:** lectura de etiquetas, uso seguro, registro sanitario.
- ☞ **Plaguicidas y productos de aseo:** riesgos, manejo en el hogar, almacenamiento.

## 2. Seguridad alimentaria

- ☞ Manipulación segura de alimentos.
- ☞ Cadena de frío y almacenamiento.
- ☞ Lectura del etiquetado nutricional.
- ☞ Prevención de intoxicaciones.

## 3. Vigilancia sanitaria y alertas

- ☞ Qué hacer ante una alerta sanitaria.
- ☞ Importancia de consultar fuentes oficiales.
- ☞ Denuncia ciudadana de productos ilegales o inseguros.

## 4. Educación en salud pública

- ☞ Higiene personal y lavado de manos.
- ☞ Autocuidado y salud preventiva.
- ☞ Cómo leer y entender un rótulo de producto sanitario.

## 5. Comunicación de riesgos

- ☞ Cómo identificar noticias falsas sobre salud.
- ☞ Uso adecuado de redes sociales para compartir información verificada.
- ☞ Acciones institucionales frente a situaciones de emergencia sanitaria.

## 6. Transparencia y servicios institucionales

- ☞ Qué hace la entidad por la salud pública.
- ☞ Cómo consultar registros o servicios en línea.
- ☞ Casos de éxito o resultados de campañas anteriores.

**Contenido evergreen:** Publicaciones educativas que no pierden vigencia.

**Publicaciones audiovisuales:** Las publicaciones audiovisuales son contenidos en formato de video o animación, diseñados para comunicar mensajes de forma clara, atractiva y dinámica. Pueden incluir grabaciones, entrevistas, cápsulas educativas, tutoriales, reels, webinars, animaciones o testimonios.

- ☞ Capta más fácilmente la atención del público.
- ☞ Facilita la comprensión de temas complejos mediante imágenes, voz y texto.
- ☞ Aumenta el alcance y la interacción en redes sociales.
- ☞ Es más memorable: las personas retienen mejor la información visual.



## Replicación del Free Press en redes sociales

El free press se refiere a las menciones, notas o reportajes generados de manera espontánea o por gestión institucional en medios externos (prensa, radio, televisión o medios digitales), sin pago publicitario.

Replicarlo en redes sociales es clave porque:

- Aumenta la legitimidad del mensaje: al ser difundido por terceros, se percibe como más objetivo.
- Amplifica el alcance del contenido institucional a nuevas audiencias.
- Respalda la gestión con evidencia mediática, generando confianza pública.
- Posiciona la marca institucional como referente en temas sanitarios y regulatorios.
- Muestra el impacto de la estrategia comunicacional, al visibilizar que los medios reconocen y difunden la labor del Instituto.

Los canales **institucionales** son:

- Twitter: @InvimaColombia
- Facebook: @InvimaColombia
- LinkedIn: @InvimaColombia
- Instagram: @InvimaColombia
- Threads: @InvimaColombia



# Actividades y Metas

Objetivo Específico	Actividad	Indicador	Meta 2025	Meta 2026	Periodicidad de Reporte
Generar comunicaciones efectivas que favorezcan el reconocimiento de Invima como entidad comprometida con la salud pública y el estatus sanitario del país	Informar a los medios de comunicación masiva y ciudadanos acerca de la gestión del Invima, con el fin de que estos puedan ser reproducidos en los diarios, revistas, programas de televisión, emisiones radiales o sitios de Internet.	Boletines y/o comunicados de prensa publicados	100 Boletines y/o comunicados /año	120 Boletines y/o comunicados /año	Trimestral
Recopilar, consolidar y divulgar a nivel interno la información relacionada con la entidad que se publica en medios de comunicación	Realizar diariamente el monitoreo de medios de comunicación regionales, nacionales, internacionales y agencias internacionales de referencia; así como la escucha social para detectar posibles situaciones de riesgo relacionadas con el uso y consumo de productos, objeto de vigilancia sanitaria; menciones o situaciones que podrían ocasionar una posible crisis reputacional.	Reportes de monitoreo y análisis de contenidos mediáticos relacionados con el sector y especialmente con la gestión del Invima	240	240	Trimestral
Recopilar, consolidar y divulgar a nivel interno la información relacionada con las actividades que adelantan las diferentes dependencias de la entidad.	Dar a conocer a los funcionarios, contratistas y demás colaboradores de la entidad, las acciones que adelantan las dependencias del Instituto.	Notas internas publicadas	200 notas/año	210 notas/año	Trimestral
Publicar noticias del Invima en los medios de comunicación	Posicionar la información que se produce en la entidad a través de diferentes medios de comunicación	Noticias y/o menciones de la entidad publicadas	400 noticias y/o menciones / año	600 noticias y/o menciones / año	Trimestral
Realizar campañas sanitarias sobre temas relacionados con el quehacer del Instituto que son de interés de la comunidad en general.	Dar a conocer a los ciudadanos las recomendaciones sanitarias que buscan proteger la salud de los consumidores.	Campañas realizadas en educación sanitaria	28 campañas/año	30 campañas/año	Trimestral
Generar y publicar contenido informativo en las diferentes redes sociales del Instituto	Dar a conocer información del Instituto a través de las publicaciones realizadas en las redes sociales	Publicaciones realizadas en redes sociales	4000 publicaciones/año	4500 publicaciones/año	Trimestral



[www.invima.gov.co](http://www.invima.gov.co)

