DIGSA

COMUNICACIÓN INTERNA

2026-00002473D02
ARCOM/ 20003
MDN-COGFM-JEMCO-DIGSA-ARCOM

Bogotá D.C / 22 de septiembre de 2026

Para: Grupo Planeación Estratégica

De: Área de Comunicaciones Estratégicas y Gestión del Cambio

Asunto: CRONOGRAMA GENERAL DE TRABAJO 2026

Las actividades o temáticas específicas a desarrollarse a lo largo de la vigencia se estructurarán en coordinación con cada una de las subdirecciones, grupos y áreas de la Dirección general de Sanidad Militar, así como de las Direcciones de Sanidad, atendiendo a los lineamientos, ejes de acción, programas por fuerza o a nivel nacional o campañas de alineación internacional, por lo que se presenta un cronograma general de las acciones que soportarán la estructuración operativa de las actividades específicas:

ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Determinación de líneas claves de acción DIGSA												
Alineación aspectos estratégicos proyectados Direcciones de Sanidad												
Generación de campañas estratégicas												
Generación de mensajes y movilización a través de redes sociales												
Actualización Página Web												
Generación de informes y alineación de estrategias de acuerdo a resultados												

2026-00002473D02

1. **Determinación de líneas claves de acción DIGSA**

Líneas Claves de Acción DIGSA 2027

Promoción y prevención en salud: objetivo, fortalecer hábitos saludables y reducir factores de riesgo en la población usuaria del SSFM.

Acciones:

2. Campañas de vacunación.
3. Prevención de enfermedades.
4. Promoción de la actividad física y alimentación saludable.
5. Jornadas de educación en salud.











2. Salud mental y bienestar integral: Objetivo, promover el cuidado de la salud mental y la prevención de conductas de riesgo.

Acciones:

6. Campañas de prevención del suicidio.
7. Fortalecimiento de rutas de atención psicológica.
8. Estrategias de manejo del estrés y resiliencia.
9. Promoción del bienestar emocional de militares, beneficiarios y funcionarios.

2026-00002473D02



3. Humanización y experiencia del usuario

Objetivo: Mejorar la percepción y satisfacción de los usuarios frente a los servicios de salud.

Acciones:

10. Difusión de derechos y deberes.
11. Promoción de canales de atención.
12. Divulgación de mejoras en servicios.
13. Campañas de trato digno y humanizado.



4. Fortalecimiento de la cultura organizacional

Objetivo: Consolidar el sentido de pertenencia y la apropiación de los valores institucionales.

Acciones:

14. Reconocimiento al talento humano.
15. Divulgación de logros institucionales.
16. Campañas de identidad y cultura organizacional.
17. Estrategias de comunicación interna.

2026-0000247 3D02





5. Gestión del cambio y transformación institucional

Objetivo: Facilitar la adopción de nuevos procesos, tecnologías y modelos de gestión.

Acciones:

18. Socialización de cambios normativos.
19. Campañas de transformación digital.
20. Capacitación en herramientas institucionales.
21. Acompañamiento a procesos de innovación.



6. Comunicación estratégica y posicionamiento institucional

Objetivo: Fortalecer la visibilidad y reputación de la DIGSA ante públicos internos y externos.

Acciones:

2026-0000247 3D02

22. Gestión de redes sociales.
23. Producción de contenidos audiovisuales.
24. Difusión de campañas estratégicas.
25. Relaciones con medios y aliados institucionales.









7. Transparencia y participación

Objetivo: Promover una comunicación clara, oportuna y cercana con los usuarios.

Acciones:

26. Divulgación de resultados de gestión.
27. Rendición de cuentas.
28. Promoción de mecanismos de participación.
29. Difusión de información de interés público.



https://www.youtube.com/watch?v=iZOwvGU0fko&t=2039s

8. Gestión del riesgo y comunicación en crisis

Objetivo: Garantizar una respuesta comunicacional efectiva ante situaciones de contingencia.

2026-0000247 3D02

Acciones:

30. Protocolos de comunicación en crisis.
31. Mensajes preventivos ante emergencias sanitarias.
32. Monitoreo de riesgos reputacionales.
33. Coordinación con las Direcciones de Sanidad de Fuerza.





34. **Alineación aspectos estratégicos proyectados Direcciones de Sanidad**

2026-00002473D02

DIGSA

MATERIALES	MARZO			ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO					AGO				SEP				OCT				NOV				DIC			
Noticia semanal																																								
Cápsula Informativa (martes)			E				A				J				E				A				J				E				A				J				E		
Conexión Sanidad (quincenal)																																								
Tutoriales Sanidad (semanal)				J				E				A				J				E				A				F				E				A				J
Facebook Live (mensual)		A				J				E				A				J				E				A				J				E				A			
Historias Rostros Sanidad (mensual)	E				A				J				E				A				J				E				A				J				E			
Contexto: Fiebre Amarilla																																								

E: Dirección de Sanidad Ejército
A: Dirección de Sanidad Naval
J: Jefatura Fuerza Aeroespacial
: Todas las Fuerzas

2026-00002473D02

35. **Generación de campañas estratégicas**
Consolidado semestral 2026

Tomando como referencia los informes del I y II trimestre, las campañas estratégicas ejecutadas se agrupan en cinco grandes objetivos:

Objetivo	Campañas desarrolladas
Promover hábitos saludables	**Actividad física, autocuidado y bienestar.**
Sensibilizar sobre enfermedades priorizadas	**Enfermedades huérfanas y otras patologías de interés en salud pública.**
Fomentar la cultura de la donación	**Donación y trasplante de órganos y tejidos.**

Fortalecer la prevención	**Riesgos en salud y contenidos de promoción y prevención.**
Posicionar la gestión institucional	**Difusión de servicios, programas y logros de la DIGSA mediante campañas digitales.**

Indicadores reportados en el II trimestre

36. Fechas conmemorativas desarrolladas.
37. Piezas comunicativas producidas.
53 videos elaborados y difundidos

38. **Generación de mensajes y movilización a través de redes sociales**

Durante el periodo evaluado, se desarrollaron acciones de comunicación digital orientadas a la generación y difusión de mensajes estratégicos a través de las redes sociales institucionales de la DIGSA. Estas acciones permitieron fortalecer la comunicación con los diferentes grupos de interés, garantizar la divulgación oportuna de información relevante en salud, promover la participación en campañas e iniciativas institucionales y contribuir al posicionamiento de las estrategias de promoción, prevención y bienestar lideradas por la Dirección General de Sanidad Militar.

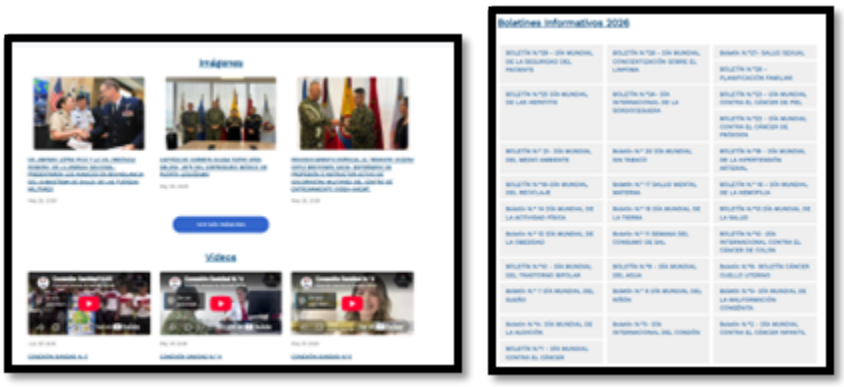
39. **Actualización Página Web**

Se ha realizado la gestión integral de la página web institucional de la DIGSA mediante la publicación, actualización, revisión y optimización permanente de contenidos institucionales, campañas de promoción y prevención, noticias, eventos y boletines informativos. Esta labor permitió fortalecer la comunicación digital institucional, mejorar la oportunidad en la divulgación de información estratégica, incrementar la visibilidad de las actividades desarrolladas por el Subsistema de Salud de las Fuerzas Militares y facilitar el acceso de los usuarios a contenidos de interés y servicios institucionales.





2026-0000247 3D02



40. **Generación de informes y alineación de estrategias de acuerdo a resultados**

El desarrollo de piezas y elementos pedagógicos constituyó una herramienta fundamental para fortalecer las estrategias de educación, sensibilización y promoción implementadas durante el periodo evaluado. La producción de estos recursos permitió traducir contenidos técnicos y especializados en mensajes accesibles, facilitando la comprensión de temas prioritarios por parte de los diferentes grupos de interés.

Las piezas elaboradas contribuyeron a estandarizar la información difundida, garantizando coherencia en los mensajes institucionales y fortaleciendo los procesos de comunicación educativa. Asimismo, la diversidad de formatos desarrollados permitió ampliar las posibilidades de divulgación, favoreciendo la apropiación del conocimiento y el alcance de las campañas ejecutadas.

Desde la perspectiva de gestión, la generación de material pedagógico respondió oportunamente a las necesidades identificadas por las dependencias y programas institucionales, apoyando actividades de capacitación, prevención, promoción y orientación. Estos recursos se consolidaron como herramientas de apoyo para la transferencia de información, el fortalecimiento de capacidades y la promoción de conductas favorables en salud.

Adicionalmente, la elaboración de las piezas pedagógicas evidenció una adecuada articulación entre los objetivos institucionales y las estrategias de comunicación, permitiendo desarrollar contenidos alineados con las prioridades establecidas y las necesidades de la población objetivo. Lo anterior favoreció el posicionamiento de las campañas y el fortalecimiento de los procesos educativos desarrollados durante el periodo.

Resultado de gestión

La generación de piezas y elementos pedagógicos representó un aporte significativo al cumplimiento de los objetivos institucionales, al facilitar la difusión del conocimiento, fortalecer las acciones de promoción y prevención, y contribuir al desarrollo de estrategias educativas orientadas a mejorar la comprensión, participación y apropiación de la información por parte de los usuarios y la comunidad beneficiaria.

2026-0000247 3D02

DIGSA

Oportunidad de mejora

Se recomienda fortalecer los mecanismos de seguimiento y evaluación de impacto de los materiales pedagógicos desarrollados, mediante indicadores de alcance, interacción y apropiación de contenidos, con el fin de optimizar continuamente la efectividad de las estrategias educativas y comunicacionales implementadas.







Atentamente,

Mayor LEIDY PATRICIA REY NARVÁEZ
Líder Área Comunicaciones Estratégicas
ÁREA COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS Y GESTIÓN DEL CAMBIO

Anexo: No
Copia
Elaboró: ANDRES SEBASTIAN VILLAMIL SANCHEZ / ARCOM
Revisó: LEIDY PATRICIA REY NARVÁEZ / ARCOM
Aprobó: LEIDY PATRICIA REY NARVÁEZ / ARCOM

2026-0000247 3D02