

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
Página 1 de 14			

PLAN DE COMUNICACIONES

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

**ELABORADO POR:
PROFESIONAL ESPECIALIZADO**

OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 2 de 14	

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	OBJETIVOS.....	4
2.1.	OBJETIVO GENERAL	4
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
3.	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DEL INC	4
4.	DECLARACIÓN DEL PLAN	6
4.1.	CANALES DE COMUNICACIÓN (PROPUESTOS).....	7
4.2.	ACTORES A LOS QUE DEBEMOS DIRIGIR NUESTRA COMUNICACIÓN.....	8
5.	METAS.....	8
5.1.	LÍNEAS COMUNICATIVAS DEL INC.....	8
5.1.1.	Línea comunicación por el control del cáncer.....	8
5.1.2.	Línea de comunicación Científica	8
5.1.3.	Línea de comunicación para pacientes y familiares	9
5.1.4.	Línea comunicación organizacional	9
6.	INDICADORES	10
7.	CRONOGRAMA	10
8.	PRESUPUESTO	11
9.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	11
10.	APROBACIÓN	12
11.	REFERENCIAS	12

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 3 de 14	

1. INTRODUCCIÓN

El Plan de Comunicaciones Institucional del Instituto Nacional de Cancerología (INC) es una herramienta estratégica orientada a planificar, coordinar y articular las acciones comunicativas internas y externas de la entidad. Su propósito es fortalecer la coherencia de los mensajes institucionales, mejorar la circulación de la información, visibilizar los avances científicos y asistenciales, y consolidar la identidad pública del INC como centro nacional de referencia en el control del cáncer.

Este plan integra lineamientos, objetivos, públicos, canales, mensajes y acciones que buscan optimizar la gestión comunicativa durante la vigencia 2026. Además, se articula con el Plan de Desarrollo Institucional 2023–2026 y con las estrategias de posicionamiento científico, tecnológico y asistencial de la Institución. En un entorno de alta demanda informativa y transformación digital, el Plan de Comunicaciones se convierte en un mecanismo fundamental para garantizar mensajes claros, oportunos y consistentes, fortalecer la confianza de los usuarios y facilitar la toma de decisiones basada en información verificable.

La comunicación institucional en el INC se fundamenta en un enfoque humano y técnico que reconoce la importancia de informar con rigor científico, empatía y responsabilidad. Por ello, este plan promueve prácticas de comunicación que favorezcan la articulación interdisciplinaria, la transparencia, la inclusión y la cercanía con los diferentes grupos de interés: pacientes, familiares, comunidad científica, entidades del sector salud, colaboradores y ciudadanía en general.

El Plan de Comunicaciones para el año 2026 se basa en los siguientes principios fundamentales los cuales se encuentran alineados al PDI vigencia 2023-2026:

- **Cultura organizacional centrada en la persona:** Nuestras comunicaciones se basan en el respeto, empatía y comprensión hacia todas las personas involucradas, incluyendo pacientes, familiares, personal médico y administrativo.
- **Oportunidad de nuestras acciones:** Nos comprometemos a comunicar de manera oportuna y efectiva, brindando información relevante en el momento adecuado para garantizar una respuesta rápida y eficaz a las necesidades de nuestra comunidad.
- **Trabajo multidisciplinario:** Reconocemos la importancia de la colaboración interdisciplinaria en la lucha contra el cáncer. Por lo tanto, nuestras comunicaciones promueven el trabajo en equipo y la integración de diferentes áreas de conocimiento y experiencia.
- **Orientación a resultados:** Nuestras comunicaciones estarán orientadas a resultados tangibles y medibles, con el objetivo de generar un impacto positivo en la prevención, detección, tratamiento y apoyo integral a pacientes con cáncer.
- **Seguridad de nuestras acciones:** Nos comprometemos a proporcionar información precisa, veraz y segura, evitando la difusión de datos incorrectos o engañosos que puedan generar confusión o riesgos para la salud.
- **Servicio basado en el respeto a la diferencia:** Reconocemos y valoramos la diversidad en todas sus formas. Por lo tanto, nuestras comunicaciones serán inclusivas y respetuosas de las diferencias culturales, sociales e individuales de nuestra comunidad.

Este plan incorpora como marco de referencia las orientaciones establecidas en el Plan Decenal de Salud Pública (PDSP) 2022–2031 y el Plan Decenal para el Control del Cáncer (PDCCC), que definen prioridades nacionales en prevención, diagnóstico, tratamiento y reducción del impacto del cáncer. Estos lineamientos sectoriales fortalecen la pertinencia y coherencia del presente Plan de Comunicaciones sin constituir su base principal.

Aunado a lo anterior, este plan de comunicaciones también tomará como referencia los atributos identificados en la estrategia integral de comunicaciones propuesta en la vigencia 2025 por parte de la agencia de Raquel Sofia Amaya Producciones, presentado y validado el comité directivo el 6 de noviembre del 2025.

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GS-IP08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 4 de 14	

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la confianza, participación y comprensión de los diferentes grupos de interés mediante procesos de comunicación claros, oportunos, accesibles y basados en evidencia, que faciliten la toma de decisiones informadas, mejoren la experiencia de los usuarios y apoyen el cumplimiento misional de la entidad.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Aumentar la difusión de contenidos relacionados con el control integral del cáncer en medios de comunicación y canales institucionales del INC, mediante la generación y publicación de información producida desde el INC, con el fin de fortalecer la visibilidad y comprensión de temas específicos en la opinión pública.
- Implementar el plan de comunicación interna basado en el Plan de Desarrollo Institucional (PDI), garantizando que al menos el 80% de las dependencias reciban y utilicen lineamientos, boletines y espacios informativos mensuales, con el propósito de promover coherencia, participación y alineación estratégica.
- Fortalecer la comunicación dirigida a pacientes, familiares y grupos de interés mediante la creación y actualización de contenidos educativos mensuales (videos, infografías, guías y cápsulas informativas) sobre prevención, detección temprana, tratamiento y seguimiento del cáncer, con el fin de mejorar el acceso a información clara, confiable y oportuna.
- Incrementar la divulgación de resultados de investigaciones, desarrollos e innovaciones del INC, mediante la producción y difusión de contenido (boletines científicos trimestrales, resumen técnico mensual y la participación escenarios académicos o científicos anuales entre otros), con el fin de fortalecer la visibilidad institucional ante la comunidad científica y la ciudadanía.

3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DEL INC

El Instituto Nacional de Cancerología (INC) se encuentra en un momento decisivo de su evolución institucional. Con 92 años de liderazgo técnico, científico y humano en el control integral del cáncer en Colombia, la entidad se ha consolidado como un referente nacional e internacional en atención, investigación, docencia, vigilancia epidemiológica e innovación. Esta trayectoria ha contribuido a una presencia frecuente en medios de comunicación y un reconocimiento sólido dentro del sistema de salud, basado en la calidad de sus servicios, sus aportes científicos y su papel articulador en torno a la oncología en el país.

La comunicación desempeña un papel estratégico en este contexto, especialmente considerando los retos actuales del sector salud, la circulación creciente de información imprecisa y las altas expectativas ciudadanas. La adopción del ciclo PHVA dentro del Plan de Comunicaciones ha permitido orientar las acciones comunicativas desde un enfoque de mejora continua, partiendo de diagnósticos rigurosos que integran herramientas como la matriz DOFA. Este diagnóstico facilita comprender las necesidades de comunicación tanto internas como externas y asegura la alineación con el Plan de Desarrollo Institucional y demás lineamientos estratégicos.

La promulgación de la Ley 2291 de 2023 introdujo cambios profundos en la naturaleza jurídica y funcional del INC, transformándolo de Empresa Social del Estado a entidad pública de naturaleza especial, con autonomía administrativa, técnica y financiera, y formalmente reconocida como autoridad técnico-científica para el control integral del cáncer. De acuerdo con la ley, el INC amplía sus funciones en investigación, docencia, innovación,

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSÍ-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
Página 5 de 14			

atención integral, vigilancia epidemiológica y asesoría nacional en políticas de control del cáncer, consolidándose como un actor articulador del sistema de salud en esta materia. Esta transformación conlleva consecuencias directas para la gestión comunicativa: exige claridad, coherencia y oportunidad en la difusión de información, tanto para públicos internos como para usuarios, entidades territoriales, gremios, medios y la ciudadanía en general. La ley, además, habilita al INC para desarrollar sedes regionales y establecer convenios interadministrativos para fortalecer su presencia territorial.

Esto refuerza la necesidad de estrategias comunicativas descentralizadas, culturalmente pertinentes y pedagógicas, capaces de explicar el alcance del INC en las regiones y fortalecer su relación con comunidades y actores locales.

En paralelo, persisten desafíos significativos en la comunicación institucional: vacíos en la divulgación de avances científicos, falta de consistencia en mensajes clave, ausencia de una vocería unificada, así como dificultades en la coordinación de actividades institucionales y de flujos informativos internos. Estas debilidades se vuelven especialmente críticas en momentos de transformación institucional, donde cualquier ambigüedad puede generar incertidumbre, desinformación y resistencia al cambio.

El entorno externo también presenta amenazas relevantes, como la percepción negativa generalizada del sector salud, la proliferación de información imprecisa que puede afectar la reputación institucional, y los efectos colaterales derivados del funcionamiento de las EPS, que pueden incidir en la percepción de los pacientes sobre la atención del INC. En este escenario, la comunicación debe jugar un papel activo en la gestión reputacional, en la transparencia informativa y en el fortalecimiento de la confianza pública.

Al mismo tiempo, existen oportunidades clave: la posibilidad de contratar una agencia especializada para fortalecer capacidades operativas en comunicación; la alineación con el Plan de Desarrollo Institucional y el Plan Decenal para el Control del Cáncer; y la modernización de canales dirigidos a pacientes, comunidades, funcionarios y académicos. La ampliación de presencia territorial que permite la Ley 2291 abre un espacio propicio para consolidar una narrativa institucional renovada, centrada en la autoridad científico-técnica del INC y su compromiso con la equidad en salud.

En conjunto, este análisis evidencia que el INC debe fortalecer su modelo comunicativo para responder a la transformación institucional en curso y para posicionarse como la autoridad nacional en cáncer desde un enfoque estratégico, proactivo, coherente y basado en evidencia.

Fortalezas	- Noventa y dos años de liderazgo técnico y científico en control del cáncer en Colombia. - Reconocimiento nacional e internacional por su calidad y labor académica. - Integración entre asistencia, docencia, investigación y vigilancia epidemiológica. - Sinergia con organismos nacionales e internacionales en investigación e innovación. - Transformación a entidad pública de naturaleza especial con autonomía administrativa, técnica y financiera (Ley 2291). - Ampliación de funciones como autoridad técnica-científica en control del cáncer, investigación, innovación y salud pública.
-------------------	--

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GS-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 6 de 14	

Debilidades	- Limitada claridad y oportunidad en los flujos de información internos y externos. - Escasa divulgación sistemática de avances e innovaciones científicas. - Falta de vocería institucional unificada. - Déficit de planeación y coordinación en actividades institucionales. - Vulnerabilidad comunicativa durante procesos de cambio institucional, especialmente en la implementación normativa.
Oportunidades	- Contratación de agencia especializada en comunicaciones para reforzar capacidades. - Alineación estratégica con el Plan de Desarrollo Institucional y el Plan Decenal para el Control del Cáncer. - Fortalecimiento y ampliación de canales dirigidos a pacientes, funcionarios, visitantes y comunidades. - Posibilidad de crear sedes regionales y presencia territorial fortalecida según la Ley 2291. - Mayor interés público y mediático en temas de salud e investigación.
Amenazas	- Percepción negativa del sector salud en la opinión pública. - Alta circulación de información imprecisa o descontextualizada. - Impacto de condiciones y funcionamiento de EPS en la experiencia y percepción de los usuarios. - Riesgos reputacionales asociados a la transformación institucional si no se gestiona adecuadamente la comunicación.

4. DECLARACIÓN DEL PLAN

La Política de Comunicaciones del Instituto Nacional de Cancerología – INC orienta la gestión comunicativa de la entidad para asegurar información clara, oportuna, transparente y coherente, en concordancia con su misión y con la transformación institucional establecida por la Ley 2291 de 2023, que redefine al INC como entidad pública de naturaleza especial y autoridad técnico-científica nacional en control del cáncer.

Esta política busca fortalecer la comunicación interna y externa, mejorar la divulgación de avances científicos y técnicos, consolidar una vocería institucional unificada y apoyar la presencia territorial del INC, habilitada por la ley para desarrollar funciones ampliadas en investigación, innovación, vigilancia epidemiológica y articulación con entidades territoriales.

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 7 de 14	

Con ello, el INC reafirma su compromiso con una comunicación estratégica que acompañe la transformación institucional, fortalezca la confianza ciudadana y contribuya al bienestar de los pacientes, las comunidades y el sistema de salud.

4.1. CANALES DE COMUNICACIÓN (PROPUESTOS)

El Instituto Nacional de Cancerología contará con un portafolio integral de canales de comunicación orientado a garantizar la difusión oportuna, clara y estratégica de la información institucional, fortaleciendo la relación con sus grupos de interés y asegurando coherencia entre los mensajes emitidos y los objetivos del Plan de Comunicaciones.

A continuación, se describen los canales propuestos, clasificados según la estrategia y el tipo de interacción con los públicos:



Los canales actualmente utilizados son:

- Página web institucional, como repositorio oficial de información y trámites.
- Programa de radio institucional, orientado a educación, prevención y difusión de contenidos científicos y asistenciales.
- Programa de televisión institucional, con enfoque pedagógico y divulgativo.
- Redes sociales (Facebook, Instagram, LinkedIn, X/Twitter, YouTube y WhatsApp), para interacción directa con ciudadanía, pacientes, colaboradores y comunidad científica.
- Carteleras institucionales, para difusión presencial de información relevante en zonas de alta circulación.
- Papel tapiz, destinado a mensajes breves de cultura organizacional e información institucional.
- Canales internos (Incformatv y Vidaycancertv), para comunicación dirigida al cliente interno y usuarios en sala de espera.
- Contacto con la Dirección, mecanismo directo para facilitar el relacionamiento con la alta dirección.

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSÍ-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 8 de 14	

- Correo masivo institucional, para distribución oficial de información interna y externa prioritaria.
- Free press, para gestión de presencia en medios de comunicación externos.
- Voz a voz, como mecanismo complementario para reforzar mensajes clave dentro del Instituto.

4.2. ACTORES A LOS QUE DEBEMOS DIRIGIR NUESTRA COMUNICACIÓN.

La estrategia de comunicación institucional debe contemplar públicos estratégicos con los cuales el Instituto interactúa de manera permanente. Estos actores constituyen un entorno clave para la divulgación, articulación y posicionamiento del INC, los actores priorizados son.

- Nuestros usuarios y sus familias.
- Oficinas de comunicación de Ministerios y sectores gubernamentales.
- Organismos y entidades de cooperación internacional.
- Instituciones Prestadoras de Servicios y Entidades Promotoras de Salud.
- Asociaciones científicas y gremiales del sector salud.
- Asociaciones de usuarios y organizaciones de pacientes.
- Instituciones académicas y de formación universitaria.
- Medios de comunicación nacionales, regionales y especializados.

5. METAS

5.1. LÍNEAS COMUNICATIVAS DEL INC

Para garantizar el cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones Institucional, se establecen cuatro líneas estratégicas que orientan la planificación, producción y difusión del mensaje del Institucional. Estas líneas permiten articular la comunicación con la misión institucional, los grupos de interés y los propósitos nacionales de control del cáncer.

5.1.1. Línea comunicación por el control del cáncer

La comunicación para el control del cáncer tiene como propósito fortalecer la conciencia pública sobre prevención, detección temprana y control de riesgos, promoviendo prácticas de autocuidado y decisiones informadas por parte de la ciudadanía. Esta línea busca movilizar socialmente a la población, incrementar el conocimiento sobre factores de riesgo y fomentar comportamientos protectores de la salud.

Se emplean como canales principales: página web institucional, redes sociales, programa de radio, programa de televisión y comunicados de prensa, priorizando mensajes basados en evidencia y adaptados a distintos públicos.

5.1.2. Línea de comunicación Científica

La comunicación científica del INC tiene como objetivo divulgar, traducir y transferir el conocimiento generado por los grupos de investigación, innovación, docencia y atención oncológica, garantizando que llegue de manera clara, confiable y oportuna a la comunidad científica, instituciones del sistema de salud, formuladores de política y ciudadanía informada.

La comunicación científica incluye:

- Intercambio de conocimiento: Los avances en la investigación e innovación sobre el cáncer deben comunicarse eficazmente entre los investigadores para fomentar la colaboración, evitar la duplicación de esfuerzos y promover el progreso científico.

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSÍ-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
Página 9 de 14			

- Colaboración y networking: La comunicación efectiva facilita la colaboración entre investigadores, instituciones y organizaciones, lo que puede acelerar el desarrollo de nuevas terapias, técnicas de diagnóstico y enfoques de prevención del cáncer.
- Defensa y políticas de salud pública: La comunicación eficaz puede ayudar a generar conciencia sobre la importancia de la investigación del cáncer, abogar por políticas de salud pública que apoyen la investigación y el acceso equitativo a la atención médica, y movilizar recursos para la lucha contra el cáncer.

Por lo anterior, la línea de comunicación científica utiliza tanto medios tradicionales como digitales, integrando herramientas de divulgación especializada que permiten transformar resultados de investigación en mensajes comprensibles y socialmente relevantes. Es una línea esencial para la apropiación social del conocimiento y para posicionar al INC como referente nacional e internacional.

5.1.3. Línea de comunicación para pacientes y familiares

Esta línea tiene como finalidad fortalecer el relacionamiento estratégico con actores institucionales, gubernamentales, académicos, comunitarios y del sector salud, promoviendo la articulación interinstitucional y la construcción de alianzas que apoyen el control integral del cáncer.

Esta se dirige a:

- Mantener comunicación efectiva y oportuna con ministerios, agencias gubernamentales, EPS, IPS, cooperación internacional y asociaciones científicas.
- Difundir mensajes clave sobre proyectos nacionales, estrategias institucionales y prioridades del INC.
- Posicionar al Instituto como un actor técnico confiable dentro del sistema de salud.
- Difundir el Programa de Seguridad del Paciente

Esta línea permite asegurar coherencia entre las acciones de relacionamiento y los objetivos misionales, fortaleciendo la interlocución técnica del Instituto.

5.1.4. Línea comunicación organizacional

La comunicación organizacional es un pilar fundamental en el Instituto Nacional de Cancerología (INC), debido a que garantiza el entendimiento de los objetivos de la entidad a todos los funcionarios y colaboradores, define los pasos necesarios para realizar actividades e información de interés a toda la comunicación interna de la organización.

Desde la difusión de información institucional hasta la promoción de la participación y el compromiso del personal, la comunicación interna desempeña un papel crucial en el funcionamiento cotidiano y el éxito a largo plazo del Instituto.

Por lo anterior, lograr consolidar y afianzar los valores y principios de la institución, se logra por medio de la participación y divulgación de información de interés para nuestros funcionarios. Por esta razón contamos con diferentes estrategias comunicativas como: cartelera institucional, papel tapiz, correo masivo, línea de WhatsApp 3212139196, los cuales han sido fundamentales para dar a conocer a los colaboradores información y/o actividades importantes del INC, generando un proceso de intercambio de información, mensajes y conocimientos dentro de la institución, con el fin de promover una cultura de transparencia, colaboración, eficiencia y alineación con los objetivos y valores del INC.

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSÍ-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 10 de 14	

Asimismo, como institución acreditada, el INC debe demostrar mejora continua en procesos de calidad. Por ello, esta línea incorpora acciones para fortalecer la visibilidad interna y externa de los avances institucionales asociados a acreditación, calidad y seguridad del paciente, asegurando que los grupos de interés reconozcan el impacto de estas mejoras.

6. INDICADORES

1. N.º de contenidos producidos por la agencia en el marco del cumplimiento del contrato por canal (web, redes, TV, radio, piezas impresas).
2. Tiempo promedio de respuesta a solicitudes institucionales trimestral (planeadas/ejecutadas)
3. Nivel de comprensión del mensaje institucional (encuestas cortas post-campaña).
4. Incremento digital en un 10% en las consultas hacia página web y redes digitales del INC
5. Adopción de recomendaciones comunicadas (p. ej., solicitudes de tamizaje o uso de canales oficiales).
6. Incremento del 5% en el índice de reputación institucional / confianza pública medición mensual (monitoreo de medios)

7. CRONOGRAMA

La evaluación y seguimiento del plan de comunicaciones se realiza de manera trimestral, a través de un informe dando a conocer el desarrollo de las estrategias implementadas y métricas ponderadas de la siguiente manera.

Nombre de la actividad	Fecha de programación	Fecha de ejecución	Porcentaje de cumplimiento
BTL	Febrero	Febrero – Mayo - Julio – Agosto – Septiembre – Octubre – Noviembre	100%
Podcast	Enero	Julio – Agosto – Septiembre – Octubre – Noviembre	100%
Monitoreo de medios	Enero	Todos los meses	100%
Emisión de canal interno	Enero	Todos los meses	100%
Contenido redes sociales	Enero	Todos los meses	100%
Diseño piezas institucionales	Enero	Todos los meses	100%
Comerciales institucionales	Enero	Septiembre – Octubre - Noviembre	100%

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GS-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
Página 11 de 14			

Programa Institucional	Enero	Abril – Mayo – Junio – Julio – Agosto – Septiembre – Octubre – Noviembre - Diciembre	100%
FreePress	Enero	Todos los meses	100%

8. PRESUPUESTO

El plan de comunicación es financiado a través del presupuesto asignado

Características del bien o servicio	V FUT 2026	2026	TOTAL VIGENCIA
Operación logística	80.000.000	1.549.380.040	1.563.785.750
Plan integral de comunicaciones	184.569.000	1.200.431.097	1.385.000.097

9. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Estrategia	Objetivo	Meta	Ponderación
1. Comunicación para el control del cáncer 25%	Aumentar la difusión de contenidos relacionados con el control integral del cáncer en medios de comunicación y canales institucionales del INC, mediante la generación y publicación de información producida desde el INC, con el fin de fortalecer la visibilidad y comprensión de temas específicos en la opinión pública	Total, por Meta	100%
		Implementar campañas de concientización sobre el cáncer	20%
		Difundir las actividades de educación continuada del INC	20%
		Apoyar las actividades de Salud Pública	20%
		Aumentar el posicionamiento en redes sociales	20%
		Aumentar un 5% de manera anual el impacto en medios de comunicación masiva	20%
2. Comunicación científica 25%	Incrementar la divulgación de resultados de investigación, desarrollo e innovación INC, mediante la producción y difusión de contenido con el fin de fortalecer la visibilidad institucional ante la comunidad científica.	Total, por Meta	100%
		Difundir los números de la Revista colombiana de cancerología del INC.	25%
		Acompañar las actividades de la Red Nacional de Investigación en cáncer	25%
		Visibilizar a la opinión pública la labor que realiza la alianza INC-LATAM	25%
		Difundir los proyectos de desarrollo e innovación del INC	25%
3. Comunicación organizacional 25%	Implementar el plan de comunicación interna basado en el Plan de Desarrollo Institucional (PDI), garantizando que al menos el 80% de las dependencias reciban y utilicen	Total, por Meta	100%
		Apoyar las actividades de Direccionamiento estratégico y transformación INC	30%
		Medir mediante encuestas el uso de canales de comunicación	30%
		Acompañar los procesos de Mejora institucional	30%

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GS-IP08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
		Página 12 de 14	

	lineamientos, boletines y espacios informativos, con el propósito de promover coherencia, participación y seguridad en el INC	Apoyar las estrategias de comunicación para seguridad del paciente	10%
4. Comunicación para pacientes y familiares 25%	Fortalecer la comunicación dirigida a pacientes, familiares y grupos de interés mediante la creación y actualización de contenidos educativos mensuales sobre prevención, detección temprana, tratamiento y seguimiento del cáncer, además de la comunicación en crisis y comunicación en momentos de verdad con el fin de mejorar el acceso a información clara, confiable y oportuna.	Total, por Meta	100%
		Divulgar programas y actividades para pacientes y acompañantes (programa de seguridad del paciente)	30%
		Dar a conocer los servicios del INC y los tramites mediante los portafolios de servicio	30%
		Evaluar mediante encuestas las estrategias de comunicación implementadas a los pacientes, familiares y acompañantes con el fin de identificar áreas de mejora	40%

10. APROBACIÓN

El presente Plan se encuentra aprobado por comité directivo en el acta institucional No. 03 del 4 de marzo de 2026

11. REFERENCIAS

- Álvarez-Nobell, A., Castillo Esparcia, A., & Ruiz-Mora, I. M. (2020). Automatizaciones en la gestión de la comunicación en las instituciones públicas. *ÁMBITOS.REVISTAINTERNACIONALDECOMUNICACIÓN*,48. <https://doi.org/HTTPS://DX.DOI.ORG/10.12795/AMBITOS>
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@ Cción*, 9(1), 25–34.
- Cueva, V. E. R., Suquitana, J. L. B., Díaz, A. I. F., & Valdiviezo, R. A. L. (2018). El posicionamiento en redes sociales de las Instituciones Públicas del Ecuador. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 5, 1–23.
- Díaz-Chuquipiondo, R. (2021). Teoría de la Comunicación Corporativa. *Pol. Con*, 6(3), 2393–2416. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2519>

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA		CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL		VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES		VIGENCIA:	11-03-2026
			Página 13 de 14	

VERSIÓN	FECHA DE ACTUALIZACIÓN	DESCRIPCIÓN DE ACTUALIZACIÓN	RESPONSABLE OYM
1	31-05-2020	Versión inicial del documento	Paula Andrea Salamanca Medina
2	20-10-2021	Se modificaron las metas y se actualizaron los indicadores	Paula Andrea Salamanca Medina
3	29-04-2022	se incluyeron actividades correspondientes en las 4 estrategias comunicativas, adicionalmente se modificó el análisis de la situación actual para el año 2022, matriz dofa y los recursos para el presente año	Paula Andrea Salamanca Medina
4	30-12-2022	Se actualiza plan de gestión vigencia 2023	Jenny Vanessa López Gómez
5	24-07-2023	Se actualiza el plan de comunicaciones ajustando la razón social eliminando las siglas ESE, se ajusta el contenido del ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN, OBJETIVO GENERAL, OBJETIVOS ESPECÍFICOS, se cambia el DESARROLLO DEL PLAN a LÍNEAS COMUNICATIVAS DEL INC en las cuales se incluye LÍNEA COMUNICACIÓN PARA EL CONTROL DEL CÁNCER con Estrategias, metas e indicadores de la línea de comunicación para el control del cáncer; LÍNEA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL con Estrategias, metas e indicadores de la línea de comunicación organizacional; LÍNEA DE COMUNICACIÓN CIENTÍFICA con Estrategias, metas e indicadores de la línea de comunicación científica y COMUNICACIÓN PARA PACIENTES Y FAMILIARES con Metas e indicadores Comunicación para pacientes y familiares; se ajusta la ponderación en la METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN; se ajustan los RECURSOS de acuerdo con la financiación a través de los recursos del presupuesto asignado por fuente de funcionamiento e inversión, agrega en APROBACIÓN del ajuste del presente plan en Junio de 2023.	Xiomara Faizuly Rubiano Aguilar
6	23-07-2024	Se modifica en el documento los ítems de: INTRODUCCIÓN, ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DEL INC, OBJETIVO GENERAL y OBJETIVOS ESPECÍFICOS, LÍNEAS COMUNICATIVAS DEL INC, METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN, RECURSOS, APROBACIÓN. Se ajusta el orden de DECLARACIÓN POLÍTICA pasando del ítem 4 al ítem 2, se elimina el ítem de MATRIZ DOFA para incluirlo en el ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DEL INC. Se adiciona la BIBLIOGRAFÍA	Xiomara Faizuly Rubiano Aguilar
7	22-08-2025	Se realiza actualización del plan para la vigencia 2025 modificando objetivo, la meta, los indicadores y cronograma. Plan aprobado mediante Comité Directivo según Acta 007 de 26 de junio 2025.	Diego Andres Paez Gomez
8	11-03-2026	Se realiza actualización total del contenido del documento, modificando objetivo general y específicos, análisis de la situación actual, desarrollo del plan, metas, indicadores, recursos, cronograma, aprobación. Los cambios corresponden a lo proyectado para la vigencia 2026.	Diego Andres Paez Gomez

"TODA VERSIÓN FÍSICA O ELECTRÓNICA DE ESTE DOCUMENTO SE CONSIDERA DOCUMENTO NO CONTROLADO"

ELABORÓ		REVISÓ		APROBÓ	
Cargo:	Profesional Universitario	Cargo:	Profesional Universitario	Cargo:	Jefe de Oficina Asesora de Planeación
Dependencia:	Oficina Asesora de Planeación y Sistemas	Dependencia:	Oficina Asesora de Planeación y Sistemas	Dependencia:	Oficina Asesora de Planeación

	INSTITUTO NACIONAL DE CANCEROLOGÍA	CÓDIGO:	GSI-P08-PL-01
	GESTIÓN DEL SISTEMA DE DESEMPEÑO INSTITUCIONAL	VERSIÓN:	8
	PLAN DE COMUNICACIONES	VIGENCIA:	11-03-2026
Página 14 de 14			

Fecha:	11-03-2026	Fecha:	11-03-2026	Fecha:	11-03-2026
--------	------------	--------	------------	--------	------------