

Plan Estratégico de Comunicaciones (2026)

Oficina Asesora de Comunicaciones
19 de marzo 2026

Versión 1

Tabla de Contenido

1. Introducción	2
2. Información general.....	2
3. Objetivo Estratégico	2
4. Objetivo General	3
4.1 Objetivos Específicos	3
5. Alcance	3
6. Normatividad.....	3
7. Formulación del plan de acción o estrategia institucional	4
7.1 Generalidades del plan de acción o estrategia institucional.....	4
7.2 Cronograma	9
7.3 Seguimiento y evaluación.....	11
8. Anexos e información complementaria	13
9. Control de cambios	13

CONSULTA CIUDADANA

1. Introducción

La comunicación institucional es un componente estratégico para fortalecer la relación entre la Caja de la Vivienda Popular (CVP) y sus grupos de valor, promover el acceso oportuno a la información pública y visibilizar la gestión de la entidad.

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2026 orienta las acciones que desarrollará la Oficina Asesora de Comunicaciones para fortalecer los procesos de comunicación interna, externa, digital y comunitaria, garantizando la difusión clara y oportuna de la gestión institucional.

Este plan se formula de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Manual Estratégico de Comunicaciones elaborado en el 2025, el cual establece los lineamientos para la gestión, así como con los principios de transparencia, participación ciudadana y acceso a la información pública establecidos.

A través de la implementación de esta estrategia se continuará fortaleciendo el posicionamiento de la entidad, se promoverá el diálogo con la ciudadanía y se contribuirá al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad.

2. Información general

Nombre del Plan de acción o estrategia institucional	Plan Estratégico de Comunicaciones
Nombre y código rubro presupuestal asociado	Servicios de relaciones públicas O232020200883121
Presupuesto asignado (\$)	ATL 2026 (Central de Medios) Misional Reasentamientos: \$30.000.000 Misional Mejoramiento de Barrios: \$50.000.000 Misional Mejoramiento de Vivienda: \$50.000.000 Misional Urbanizaciones y Titulación: \$50.000.000 BTL 2026 (Operador Logístico) Misional Reasentamientos: \$100.000.000 Misional Mejoramiento de Barrios: \$150.000.000 Misional Mejoramiento de Vivienda: \$149.066.500 Misional Urbanizaciones y Titulación: \$54.625.000
Área responsable	Oficina Asesora de Comunicaciones
Política asociada y otros lineamientos	13. Participación ciudadana en la Gestión Pública 15. Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción
Proceso	Gestión de comunicaciones
Fecha de inicio	02/01/2026
Fecha de finalización	31/12/2026

3. Objetivo Estratégico

Fortalecer la capacidad y efectividad administrativa y la innovación organizacional, para la modernización de la Caja y el incremento de la confianza ciudadana en la Entidad

4. Objetivo General

Fortalecer y visibilizar la gestión de la Caja de la Vivienda Popular, garantizando el acceso a información clara, oportuna y transparente, que promueva la participación ciudadana y fortalezca la confianza en la gestión institucional.

4.1 Objetivos Específicos

- Fortalecer la comunicación externa mediante estrategias de divulgación, relacionamiento con medios de comunicación y producción de contenidos que visibilicen la gestión de la entidad.
- Consolidar la estrategia de comunicación digital mediante la gestión de redes sociales, el fortalecimiento del portal web institucional y la generación de contenidos audiovisuales.
- Promover la comunicación interna para fortalecer el flujo de información institucional y el sentido de pertenencia de la comunidad CVP.
- Fortalecer la comunicación comunitaria con los beneficiarios de los programas de la entidad mediante estrategias de diálogo y divulgación territorial.
- Promover la transparencia institucional mediante la divulgación oportuna de información pública y el desarrollo de contenidos sobre la gestión de la entidad.
- Divulgar información clara, oportuna y accesible sobre la gestión, avances y resultados institucionales, en el marco de los ejercicios de rendición de cuentas.

5. Alcance

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la CVP, de acuerdo con el Plan Estratégico de Comunicaciones 2026, realizará, diseñará y desarrollará acciones y/o actividades que permitan fortalecer una comunicación efectiva, permanente y participativa con la ciudadanía, divulgando los planes y la gestión de los proyectos misionales que adelanta la CVP. Igualmente, socializará campañas, estrategias y productos al interior de la entidad, que permitan aumentar la confianza, el sentido de pertenencia y la credibilidad de la gestión institucional en cumplimiento de la Ley de Transparencia.

6. Normatividad

- Ley Estatutaria 1757 de 2015
- Ley Estatutaria 1581 de 2012
- Ley 1755 de 2015
- Ley 1712 de 2014
- Decreto 767 de 2022
- Decreto 1008 de 2018 de 2015
- Decreto reglamentario 1081 de 2015
- Decreto reglamentario 103 de 2015
- Decreto 1377 de 2013
- Decreto 371 de 2010
- Decreto Distrital 489 de 2009
- Decreto 296 de 2008
- Decreto 619 de 2007
- Decreto Distrital 959 de 2000
- Política Interna para el Tratamiento de Datos Personales - expedida por la Caja de la Vivienda Popular "Código:208-TIC-Po-01
- Manual de Bogotá Marca Ciudad y el manual de uso del escudo de la Alcaldía Mayor de Bogotá. "lineamientos para la aplicación y el uso de la Marca Ciudad por parte de todas las entidades de la Alcaldía Mayor de Bogotá.

7. Formulación del plan de acción o estrategia institucional

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2026 de la Caja de la Vivienda Popular se estructura a partir de un conjunto de actividades orientadas a fortalecer la comunicación de la entidad, en línea con el Manual Estratégico de Comunicaciones y otros lineamientos institucionales.

La formulación del plan se basa en la identificación de necesidades de comunicación de las diferentes dependencias de la entidad, así como en la definición de acciones orientadas a garantizar la divulgación oportuna de la gestión, el fortalecimiento del relacionamiento con la ciudadanía y la gestión de los canales de comunicación internos y externos.

En este sentido, el plan se organiza en líneas estratégicas que agrupan las principales acciones de comunicación, dentro de las cuales se desarrollan actividades específicas relacionadas con:

- La producción y divulgación de contenidos institucionales
- El relacionamiento con medios de comunicación
- La gestión de redes sociales y canales digitales
- La administración y actualización del portal web institucional
- La comunicación interna dirigida a servidores y colaboradores
- La comunicación comunitaria orientada a la ciudadanía
- La divulgación de información en el marco de la transparencia y el acceso a la información pública
- La divulgación de información clara, oportuna y accesible en el marco de los ejercicios de rendición de cuentas.

Cada una de estas actividades cuenta con una programación definida en términos de tiempos, responsables e indicadores de seguimiento.

La ejecución del plan se desarrollará de manera articulada con las diferentes áreas de la entidad, permitiendo dar respuesta a las necesidades y contribuir al cumplimiento de los objetivos misionales.

7.1 Generalidades del plan de acción o estrategia institucional

La formulación del Plan Estratégico de Comunicaciones 2026 se enmarca en los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), particularmente en lo relacionado con la Dimensión de la información y la comunicación cuyo resultado en la vigencia 2024 fue de 85.7, y en la política de transparencia acceso y lucha contra la corrupción tuvo una calificación de 93.3 puntos.

Así mismo, el plan se formula teniendo en cuenta referentes institucionales como los resultados de instrumentos de seguimiento a la gestión, entre ellos el Formulario Único de Reporte de Avance de la Gestión (FURAG), así como los lineamientos sectoriales aplicables, los cuales orientan el fortalecimiento de los procesos de comunicación pública, transparencia y acceso a la información, así como la política de participación ciudadana.

La Estrategia de Comunicaciones se articula de manera directa con la política de transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción, a partir de los siguientes enfoques:

Legitimidad y Confianza Institucional: La transparencia en la toma de decisiones es fundamental para la legitimidad de las instituciones. Una comunicación estratégica basada en la apertura fortalece la reputación institucional, contribuye a la construcción de confianza con la ciudadanía y reduce la incertidumbre y la desconfianza frente a la gestión pública.

Transparencia Activa como Insumo de Comunicación: La divulgación proactiva de la información es un eje central de la gestión de comunicaciones, en tanto garantiza que los grupos de valor estén informados de manera permanente sobre las decisiones y acciones institucionales. En este marco,

la comunicación cumple un rol fundamental al transformar la información técnica en mensajes claros, comprensibles y accesibles, mediante el uso de lenguaje claro que permita a la ciudadanía encontrar, entender y utilizar la información pública de manera efectiva.

Herramienta de Participación y Control: La comunicación pública fortalece la participación ciudadana y el control social, al promover un diálogo bidireccional entre la entidad y la ciudadanía. Así mismo, facilita los ejercicios de rendición de cuentas, permitiendo que los ciudadanos evalúen la gestión institucional, formulen observaciones y exijan responsabilidades, contribuyendo al mejoramiento de la gestión pública.

El plan incorpora un enfoque orientado a resultados, alineado con los lineamientos del MIPG, mediante la definición de indicadores de producto y resultado. Estos indicadores permiten medir no solo el cumplimiento de las actividades programadas, sino también el alcance, la visibilidad, la interacción, la participación ciudadana y la percepción de las acciones de comunicación.

En este sentido, los indicadores del plan se articulan con las políticas institucionales y aportan al mejoramiento de los resultados en instrumentos como el FURAG, especialmente en lo relacionado con la gestión de la información, la transparencia, la participación ciudadana y la comunicación pública.

Estos indicadores se desarrollan de manera específica en el numeral 7.3, donde se establecen las metodologías de medición, la periodicidad (mensual con seguimiento trimestral) y los mecanismos de seguimiento, en coherencia con las líneas estratégicas del plan.

1. Comunicación externa, interna y comunitaria

Incluye las acciones orientadas a la divulgación de la gestión institucional, el relacionamiento con medios de comunicación, la producción audiovisual, la gestión de contenidos informativos y el fortalecimiento del diálogo con las comunidades beneficiarias de los programas de la entidad.

Relaciones Públicas y Free Press:

Relacionamiento con diferentes actores y medios de comunicación para reforzar la comunicación pública. Lo anterior se hará a partir de las siguientes actividades:

1. Planeación: a través de un plan de medios que permita tener un portafolio amplio para llegar a los diferentes públicos de interés [beneficiarios(as), líderes de opinión, etc.]
2. Cronograma: organizar las actividades de la Oficina, con el fin de direccionar los contenidos en función de las fechas y calendarios de la entidad.
3. Visitas y/o invitaciones: a cada medio de comunicación posible para mejorar el relacionamiento.
4. Contenidos: parrilla de contenidos que dé cuenta de las actividades y novedades de la CVP, con fines pedagógicos, informativos, divulgativos o los que se consideren pertinentes.
5. Free Press: trabajo con los medios de comunicación para que registren los contenidos misionales de la CVP.
6. Monitoreo: búsqueda y registro de noticias relacionadas con la CVP en diferentes medios de comunicación.
7. Reuniones: con el fin de establecer contactos para eventuales alianzas público/privadas.
8. Consejo de redacción: planeación semanal y mensual de los diferentes temas a cubrir.

Comunicación Interna:

La comunicación interna es un eje estratégico para la Caja de la Vivienda Popular, al permitir la transmisión clara y oportuna de los valores, objetivos, resultados y metas institucionales a

funcionarios(as) y contratistas, a través de los diferentes canales internos de la entidad. Lo anterior se desarrollará a partir de las siguientes actividades:

1. Articulación con las áreas: establecimiento de enlaces de comunicación con cada una de las áreas misionales y administrativas de la CVP, con el fin de centralizar y coordinar la información institucional.
2. Planeación y cronograma: elaboración de un cronograma de trabajo conjunto con los(las) responsables de las áreas para el diseño, validación y publicación de piezas de comunicación interna.
3. Campañas internas: diseño e implementación de campañas periódicas de comunicación interna que visibilicen las funciones, logros y aportes de cada área de la entidad.
4. Gestión de contenidos internos: fortalecimiento de la rotación y actualización de la información producida por los enlaces de comunicación en los diferentes canales internos.
5. Producción de piezas gráficas y audiovisuales: desarrollo de productos fotográficos y audiovisuales para apoyar la difusión de contenidos institucionales.
6. Difusión de piezas distritales: difusión de las piezas de comunicación emitidas por la Alcaldía Mayor de Bogotá a través de los canales internos de la entidad.

Canales de implementación:

Pantallas internas
Correo institucional
Intranet
Fondos de escritorio
Productos fotográficos y audiovisuales

Comunicación Comunitaria:

La comunicación comunitaria tiene como propósito fortalecer el relacionamiento entre la Caja de la Vivienda Popular y la ciudadanía, mediante la difusión de información clara, oportuna y cercana sobre los proyectos, servicios, procesos y trámites de la entidad, promoviendo la participación ciudadana y la garantía de derechos de la población beneficiaria de la entidad. Lo anterior se desarrollará a partir de las siguientes actividades:

1. Difusión comunitaria de información institucional: socialización de información relacionada con proyectos, servicios, procesos y trámites de la CVP dirigida a la población beneficiaria y potencial beneficiaria.
2. Apoyar Convocatorias comunitarias: diseño y difusión de convocatorias para la participación de beneficiarios(as) y ciudadanía en general en los programas, servicios y espacios promovidos por la CVP.
3. Acompañamiento territorial: apoyo a las actividades comunitarias y jornadas territoriales de la entidad para fortalecer la comunicación directa con la ciudadanía.
4. Producción de contenidos comunitarios: elaboración de piezas informativas con lenguaje claro y enfoque territorial, adaptadas a las características de las comunidades.

Producción Audiovisual:

La OAC realiza producciones audiovisuales y fotográficas con el fin de promover una comunicación integral, transparente y efectiva, que contribuya a la construcción de relaciones de confianza con los públicos de interés de la entidad, en coherencia con los lineamientos del Manual de Imagen de la Alcaldía Mayor de Bogotá. Las actividades son:

1. Guionización: elaboración de guiones audiovisuales que respondan a las necesidades comunicativas de la entidad.
2. Producción audiovisual institucional: realización de videos informativos, educativos y emocionales que visibilicen historias de beneficiarios(as), proyectos institucionales, oferta de servicios y novedades de la CVP.

3. Producción de contenidos interactivos: desarrollo de piezas audiovisuales orientadas a generar interacción con las audiencias, promoviendo contenidos cercanos, dinámicos y acordes con las necesidades de información de los públicos de interés.
4. Producción fotográfica: realización de registros fotográficos de actividades, proyectos y acciones institucionales para el fortalecimiento de los diferentes canales de comunicación.
5. Edición y adaptación de contenidos: edición y ajuste de piezas audiovisuales y fotográficas para su difusión en los distintos canales institucionales.

2. Comunicación digital

Comprende la gestión de los canales digitales institucionales, especialmente redes sociales y página web, mediante la generación de contenidos informativos, pedagógicos y audiovisuales que permitan ampliar el alcance de la información institucional y fortalecer el posicionamiento de la entidad.

Redes Sociales:

Las redes sociales son una herramienta estratégica de comunicación de la Caja de la Vivienda Popular que permite el acercamiento directo con la ciudadanía, la divulgación de la gestión institucional, la promoción de la participación ciudadana y el posicionamiento de la misionalidad de la entidad. A través de estos canales propios, la CVP interactúa con la ciudadanía, otras entidades públicas, actores privados y medios de comunicación, por lo que su gestión requiere un manejo permanente, planificado y alineado con los lineamientos de comunicación externa. La gestión de las redes sociales se basa en un tono de comunicación cercano y cálido, diferenciado del lenguaje institucional formal, y adaptado a las características de cada plataforma (Facebook, X, Instagram y YouTube), priorizando el diálogo con las audiencias y el uso de contenidos gráficos y audiovisuales de calidad. Las actividades son:

1. Articulación con áreas misionales y administrativas: comunicación constante con las áreas de la Caja de la Vivienda Popular para la identificación, priorización y validación de contenidos a publicar.
2. Planeación de contenidos: elaboración de parrillas de contenido diarias, semanales y mensuales para orientar las publicaciones en cada una de las plataformas institucionales.
3. Producción de piezas digitales: diseño y publicación de piezas gráficas y audiovisuales que acompañen los contenidos difundidos en redes sociales.
4. Gestión de interacciones: respuesta oportuna a los mensajes y comentarios de los(as) usuarios(as), así como la canalización de inquietudes al correo institucional de soluciones (soluciones@cvp.gov.co).
5. Etiquetado y relacionamiento digital: mención y articulación con cuentas de otras entidades del Distrito, del orden nacional o actores privados, cuando se desarrollen eventos, jornadas o proyectos conjuntos.
6. Monitoreo de coyuntura y medios digitales: seguimiento constante de temas relevantes en redes sociales y medios digitales para la identificación de riesgos, oportunidades y tendencias de comunicación.
7. Análisis de métricas: revisión periódica de indicadores de desempeño y métricas de cada plataforma (Meta, X, entre otras), con el fin de apoyar la toma de decisiones y el ajuste de la estrategia digital.

Productos digitales:

Transformando Vidas
Voces CVP
La Caja Responde
Se le tiene el dato
Popularmente*

Página Web:

La página web de la Caja de la Vivienda Popular es una herramienta estratégica de comunicación y servicio a la ciudadanía, diseñada en su versión 2025 para facilitar el acceso a información clara, oportuna y confiable sobre la gestión de la entidad, cumpliendo con los lineamientos de imagen institucional, los estándares de comunicación y los requerimientos tecnológicos vigentes. Actividades:

1. Articulación con áreas misionales y administrativas: comunicación permanente con las áreas de la CVP para la actualización y fortalecimiento de los contenidos del sitio web, de acuerdo con las necesidades institucionales.
2. Gestión de contenidos web: publicación y actualización de contenidos propios de la Oficina Asesora de Comunicaciones, derivados del trabajo periodístico y de los productos audiovisuales institucionales.
3. Producción de piezas gráficas: diseño de piezas gráficas que acompañen y refuercen los contenidos publicados en la página web.
4. Gestión de requerimientos ciudadanos: atención y canalización de solicitudes, peticiones, quejas o reclamos recibidos a través del sitio web, redireccionándolos a los canales correspondientes del Sistema PQRS y de servicio a la ciudadanía.
5. Monitoreo de métricas web: revisión periódica de indicadores y métricas del sitio web para apoyar la toma de decisiones y optimizar el uso de la página, mediante herramientas como Google Analytics.
6. Publicación de información de transparencia: publicación y actualización permanente de los documentos exigidos por la normativa de transparencia y acceso a la información pública (circulares, resoluciones, informes, entre otros) en la página web institucional.

Acciones de seguimiento y mejora continua:

7. Evaluación del desempeño del sitio web: análisis periódico del impacto, uso y cumplimiento de los objetivos de la página web, con el fin de identificar oportunidades de mejora y realizar ajustes a las acciones desarrolladas.
8. Grupos focales de evaluación: realización de grupos focales anuales para analizar la percepción, receptividad y experiencia de uso del portal por parte de usuarios internos y externos.

3. Transparencia y acceso a la información pública

Incluye estrategias de divulgación orientadas a fortalecer la cultura de la transparencia institucional, promover el acceso a la información pública y divulgar contenidos relacionados con la gestión institucional y el cumplimiento de los principios establecidos en la Ley de Transparencia.

Desde la gestión de comunicaciones, la Caja de la Vivienda Popular promueve el acceso a la información pública y el cumplimiento de los principios de transparencia, buena fe, facilitación, no discriminación, gratuidad, celeridad, eficacia, calidad de la información, divulgación proactiva y responsabilidad en el uso de la información, en concordancia con lo establecido en la Ley 1712 de 2014 y la normatividad vigente.

Objetivo

Fortalecer la cultura de la transparencia en la entidad, mediante la implementación de estrategias y acciones de comunicación que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades de los(as) servidores(as) públicos(as) y al aumento de la confianza ciudadana en la gestión institucional. Actividades:

1. Divulgación de contenidos sobre transparencia: diseño y difusión mensual de contenidos internos y externos relacionados con la transparencia, el acceso a la información pública y la lucha contra la corrupción.

2. Estrategias de comunicación para la transparencia: diseño e implementación de estrategias integrales de divulgación orientadas a visibilizar la gestión institucional de manera eficaz, eficiente y transparente.
3. Articulación institucional: apoyo a las acciones de implementación de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en coordinación con las dependencias responsables.
4. Comunicación para Gobierno Abierto: divulgación de información asociada al componente de Gobierno Abierto de la Estrategia de Gobierno Digital.
5. Socialización de resultados institucionales: comunicación de avances y resultados en materia de transparencia y acceso a la información pública a la ciudadanía y a los(as) servidores(as).

4. Rendición de Cuentas

Incluye estrategias de divulgación de información clara, oportuna y accesible sobre la gestión, avances y resultados institucionales, en el marco de los ejercicios de rendición de cuentas, como mecanismo de transparencia y fortalecimiento de la confianza ciudadana. A partir de las siguientes actividades:

1. Producción y divulgación de contenidos informativos sobre la gestión: diseñar y publicar piezas gráficas y audiovisuales que expliquen avances, resultados e impactos de la entidad.
2. Elaborar contenidos: carruseles, videos cortos, reels que simplifiquen la información técnica.
3. Visibilización de la gestión en territorio: difundir historias de impacto y resultados a través de redes sociales, web y medios.
4. Generación de espacios de diálogo y participación: difundir espacios virtuales o presenciales (lives, conversatorios, foros) con la ciudadanía.
5. Difusión del proceso de rendición de cuentas (antes, durante y después): antes: diseñar piezas de convocatoria a la audiencia pública. Publicar y divulgar el informe previo de rendición de cuentas. Durante: realizar transmisión en vivo del evento. Generar contenido en tiempo real (reels, historias, publicaciones). Después: difundir los principales resultados, conclusiones y compromisos. Publicar videos y resúmenes del evento.
6. Estrategia de comunicación permanente: contar con una parrilla de contenidos continua sobre avances de gestión. Posicionar secciones o series temáticas (“Así avanzamos”, “Resultados en cifras”).
7. Seguimiento: consolidar evidencias de todas las acciones de comunicación (links, piezas, etc). Documentar y hacer seguimiento a todas las acciones de comunicación que se desarrollen en el marco de la rendición de cuentas.

7.2 Cronograma

El cronograma de implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones se desarrolla a través de las actividades definidas en la matriz de acciones del plan, en la cual se establecen las estrategias, actividades, responsables etc.

Las actividades contempladas incluyen la producción de contenidos institucionales, la gestión de redes sociales, la administración del portal web, el relacionamiento con medios de comunicación, la comunicación interna institucional y la divulgación de información relacionada con transparencia y acceso a la información pública.

N°	Etapas o fase / Actividad / Tarea	Fecha Inicio	Fecha Fin
1.	Planeación de la estrategia de comunicaciones	01/01/2026	31/01/2026
1.1.	Identificación de necesidades de comunicación con las dependencias de la entidad	01/01/2026	31/01/2026

1.1.1	Entregable: Documento de planeación de hitos de comunicación institucional actualizado anualmente (1 documento)	01/01/2026	31/01/2026
1.2	Definición de parrillas de contenidos y cronograma de comunicaciones	01/01/2026	31/12/2026
1.2.1	Entregable: 12 parrillas mensuales de contenidos institucionales (1 por mes)	01/01/2026	31/12/2026
2.	Estrategia de comunicación externa	01/01/2026	31/12/2026
2.1.	Gestión de relacionamiento con medios de comunicación y free press	01/01/2026	31/12/2026
2.1.2	Entregable: 1 cronograma anual de relacionamiento con medios (Actualizaciones mensuales)	01/01/2026	31/01/2026
2.2	Producción de contenidos periodísticos y comunicados institucionales	01/01/2026	31/12/2026
2.2.1	Entregable: Mínimo 5 contenidos periodísticos mensuales (notas, boletines o comunicados)	01/01/2026	31/12/2026
3.	Estrategia de comunicación digital	01/01/2026	31/12/2026
3.1	Gestión de redes sociales	01/01/2026	31/12/2026
3.1.1	Entregable: 12 reportes mensuales de métricas y desempeño de redes sociales, que incluyen alcance, interacción (engagement), crecimiento de seguidores, publicaciones realizadas y análisis de resultados	01/01/2026	31/12/2026
3.2	Producción de piezas gráficas y audiovisuales para canales digitales	01/01/2026	31/12/2026
3.2.1	Entregable: Banco de piezas comunicativas institucionales actualizado mensualmente (mínimo 40 piezas mensuales)	01/01/2026	31/12/2026
3.3	Actualización y fortalecimiento del portal web institucional	01/01/2026	31/12/2026
3.3.1	Entregable: Mínimo 80 publicaciones mensuales en la página web institucional	01/01/2026	31/12/2026
4.	Estrategia de comunicación interna	01/01/2026	31/12/2026
4.1	Producción y divulgación de contenidos en intranet y pantallas internas	01/01/2026	31/12/2026
4.1.1	Entregable: Mínimo 15 piezas mensuales de comunicación interna publicadas en canales institucionales	01/01/2026	31/12/2026
4.2.	Desarrollo de campañas internas de comunicación institucional	01/01/2026	31/12/2026
4.2.1	Entregable: Piezas de comunicación interna (15) divulgadas	01/01/2026	31/12/2026
5.	Estrategia de comunicación comunitaria	01/01/2026	31/12/2026
5.1	Divulgación territorial de programas y proyectos institucionales	01/01/2026	31/12/2026
5.1.1	Entregable: Piezas de actividades de comunicación comunitaria (12)	01/01/2026	31/12/2026
5.2	Gestión de canales comunitarios y grupos de WhatsApp	01/01/2026	31/12/2026
5.2.1	Entregable: Reportes de gestión de canales. Registro mensual de la gestión de interacciones con la ciudadanía a través de canales digitales institucionales (redes sociales y WhatsApp), que incluya número de mensajes atendidos, tiempos de respuesta, canalización de solicitudes y evidencias de atención.	01/01/2026	31/12/2026
6.	Estrategia de transparencia y acceso a la información pública	01/01/2026	31/12/2026
6.1	Divulgación de contenidos sobre transparencia y acceso a la información pública	01/01/2026	31/12/2026
6.1.1	Entregable: Mínimo 1 contenido mensual sobre transparencia y acceso a la información pública en los diferentes canales.	01/01/2026	31/12/2026
7.	Rendición de cuentas	01/01/2026	31/12/2026
7.1	Apoyo a la preparación de la estrategia de rendición de cuentas institucional.	01/01/2026	31/12/2026

7.1.1	Entregable: 10 Piezas comunicativas y contenidos para la convocatoria y desarrollo de la rendición de cuentas.	01/01/2026	31/12/2026
7.1.2	Entregable: 10 Contenidos y piezas comunicativas publicadas para la rendición de cuentas en canales institucionales.	01/01/2026	31/12/2026
7.1.3	Entregable: 3 reportes de la divulgación de las piezas en los diferentes canales. Rendición de cuentas (Distrital, nodo, interna)	01/01/2026	31/12/2026

Nota:

Las actividades contempladas en el presente cronograma corresponden en su mayoría a procesos de ejecución continua durante la vigencia, propios de la gestión de comunicaciones institucionales.

En este sentido, si bien se establecen fechas anuales de inicio y finalización, los entregables asociados se generan con una periodicidad definida, lo cual permite garantizar el seguimiento, control y evaluación permanente de las acciones desarrolladas.

- Los reportes de métricas y desempeño de redes sociales se elaboran y entregan de manera mensual.
- Las publicaciones en redes sociales y página web se realizan de manera semanal y continua, de acuerdo con la parrilla de contenidos institucionales.
- Los contenidos periodísticos y comunicados institucionales se generan de manera periódica, en función de la agenda institucional, con una frecuencia estimada entre semanal y mensual.
- Las piezas gráficas y audiovisuales se producen de manera continua, conforme a los requerimientos de las dependencias y la planificación de contenidos.
- Las acciones de comunicación interna y comunitaria se desarrollan de manera permanente, de acuerdo con las necesidades institucionales y territoriales.

Las actividades se ejecutan en días hábiles, conforme al calendario institucional y la programación operativa de la entidad.

Lo anterior permite evidenciar que, aunque las actividades se extienden durante toda la vigencia, cuentan con una ejecución programada y medible en el tiempo, con entregas periódicas que garantizan su adecuado seguimiento y evaluación.

7.3 Seguimiento y evaluación

El seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones 2026 se realizará mediante la medición periódica de indicadores que permiten evaluar el cumplimiento de las actividades como los resultados de las acciones de comunicación, en coherencia con las líneas estratégicas del plan. La medición de los indicadores se realizará de manera mensual y su consolidación se efectuará en los cortes trimestrales definidos por la entidad.

Estos indicadores están orientados a medir la producción, divulgación y gestión de los contenidos en los diferentes canales de comunicación, así como la capacidad de respuesta de la Oficina Asesora de Comunicaciones frente a las solicitudes internas y externas.

7.3.1 Comunicación interna: Se medirá el cumplimiento en la producción de contenidos dirigidos al público interno, mediante el siguiente indicador:

- Número de productos de comunicación interna realizados / Número de productos de comunicación interna solicitados, requeridos y/o planeados *100

Este indicador permite evaluar el nivel de respuesta frente a las necesidades de comunicación interna de la entidad.

7.3.2 Comunicación digital – página web: Se medirá el cumplimiento en la publicación de contenidos en la página web institucional, mediante el siguiente indicador:

- Número de publicaciones en la página web / Número de publicaciones en página web solicitadas, requeridas y/o planeadas *100

Este indicador permite evaluar el nivel de actualización y gestión del portal web institucional.

7.3.3 Comunicación digital – redes sociales: Se medirá el cumplimiento en la publicación de contenidos en redes sociales, mediante el siguiente indicador:

- Número de publicaciones en redes sociales / Número de publicaciones en redes sociales requeridas y/o planeadas *100

Este indicador permite evaluar la gestión de los canales digitales y la constancia en la divulgación de información relevante de la entidad.

7.3.4 Producción audiovisual: Se medirá el cumplimiento en la producción de contenidos audiovisuales, mediante el siguiente indicador:

- Número de productos audiovisuales desarrollados / Número de productos audiovisuales solicitados y/o planeados *100

Este indicador permite evaluar la capacidad de producción audiovisual de la entidad en función de las necesidades comunicativas.

El seguimiento del plan se apoyará en mecanismos como el monitoreo de los canales digitales, el registro de la gestión de contenidos institucionales, la consolidación de evidencias y la elaboración de reportes periódicos por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Los resultados obtenidos permitirán identificar oportunidades de mejora y fortalecer las estrategias de comunicación implementadas por la entidad.

Adicionalmente, el plan incorpora indicadores de resultado orientados a medir el alcance, la visibilidad, la interacción y la percepción de las acciones de comunicación.

Entre estos se incluyen:

- Cumplimiento del cronograma

(Metas alcanzadas / Metas programadas) * 100

- Alcance y visibilidad

Número de visitas al sitio web (usuarios únicos y páginas vistas)

Alcance de publicaciones en redes sociales

Número de menciones en medios de comunicación

- Engagement (interacción)

Tasa de interacción en redes sociales = (likes + comentarios + compartidos / alcance) * 100

Tasa de clics y reproducciones en contenidos digitales

- Participación y atención a la ciudadanía

Número de interacciones atendidas a través de canales digitales

Tiempo de respuesta a consultas ciudadanas

8. Anexos e información complementaria

Como anexo del presente plan se incluye el Manual Estratégico de Comunicaciones

9. Control de cambios

Versión	Detalle del cambio	CIGD N°	Fecha aprobación
	<i>Plan Estratégico de Comunicaciones vigencia 2025</i>		

CONSULTA CIUDADANA