



Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) 2025

Director General
Cristóbal Padilla Tejeda

Secretaria General
Ana María Tolosa Rico

Subdirector de Negocios
Guillermo Buenaventura Cruz

Subdirectora de Gestión Contractual
Carolina Quintero Gacharná

Subdirector de Información y Desarrollo Tecnológico (IDT)
Richard Ariel Bedoya De Moya

Subdirector de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
Oscar Hernán Parra Erazo

Asesora Experta de Despacho
Diana Mabel Montoya Reina

Asesor Experto de Despacho
José Tarcisio Gómez Serna

Asesora de Planeación, Políticas Públicas y Asuntos Internacionales
Claudia Taboada Tapia

Asesor de Comunicaciones Estratégicas
Richard Camilo Romero Cortés

Asesor Experto de Despacho
Ricardo Pérez Latorre

Asesora Experta de Despacho
Sindy Alexandra Quintero Hernández

Asesora de Control Interno
Edith Cárdenas Herrera



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. MARCO LEGAL	4
3. OBJETIVO GENERAL	5
3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
4. ALCANCE	6
5. PÚBLICOS	7
5.1 Público Estratégico:	7
5.2 Público Prioritario	8
5.3 Público de Interés General:	8
6. CANALES DE COMUNICACIÓN	9
6.1 Canales de Comunicación externa	9
7. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA	12
8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO	14
9. ANEXO	15



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

1. INTRODUCCIÓN

La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE) es el ente rector en materia de contratación pública. Tiene como objetivo desarrollar e impulsar políticas públicas y herramientas, orientadas a la organización y articulación, de los partícipes en los procesos de compras y contratación pública con el fin de lograr una mayor eficiencia, transparencia y optimización de los recursos del Estado.

Como parte del propósito del Gobierno del Cambio de democratizar la contratación pública e involucrar a los diferentes actores de las cadenas de valor, incluyendo las economías populares, campesinas y las Juntas de Acción Comunal, la ANCP-CCE ha implementado su **Plan de Acción Institucional (PAI)**, el cual busca fortalecer la misión institucional y optimizar procesos en beneficio de entidades públicas, organizaciones y la ciudadanía en general.

El **Grupo Interno de Comunicaciones Estratégicas** de la ANCP-CCE desarrolla un proceso transversal a las áreas y subdirecciones de la entidad, enmarcado en **dos (2) componentes de operación: comunicación interna y comunicación externa**, que busca implementar y evaluar estrategias, políticas y planes que permitan la producción, difusión y acceso a la información y contenidos que promuevan la transparencia y la democratización del sistema de contratación y compras públicas, en el marco del **Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de Vida”**, en pro de fomentar la inclusión y participación de nuevos actores. Así mismo, pretende lograr el posicionamiento institucional de ANCP-CCE entre los grupos de valor e interés, tales como la ciudadanía, proveedores, entidades estatales, la economía popular y comunitaria; afianzando una cultura organizacional, enfocada en la eficiencia de la gestión pública al servicio de dichos grupos.

Teniendo en cuenta lo anterior, se estructura el **Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) 2025 de la ANCP-CCE**, con el propósito de responder a las necesidades de los actores del sistema de Compras Públicas, los lineamientos normativos nacionales y los requerimientos institucionales. Este Plan se articula con el **Objetivo 4 del Plan Estratégico Institucional (PEI)**.

Finalmente, el PEC tiene un alcance enmarcado en los lineamientos del Gobierno Nacional y de la Agencia, el marco legal regulatorio para el desarrollo de las



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

acciones comunicacionales, en la identificación de la población objetivo, y la definición de objetivos estratégicos y líneas de acción. Así mismo, da cuenta de la ejecución de la estrategia, seguimiento y monitoreo sobre la efectividad de las acciones implementadas. Finalmente, se presenta como anexo la matriz de seguimiento del PEC.

2. MARCO LEGAL

El Artículo 74 del Estatuto Anticorrupción (Ley 1474 de 2011) establece que todas las entidades del Estado deben publicar en sus portales oficiales la información sobre su Plan de Acción Institucional (PAI), el cual debe actualizarse anualmente para responder a sus necesidades misionales. Dentro de este plan, uno de los productos clave es el Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC), concebido como una estrategia transversal de comunicación y como el principal compromiso del grupo de Comunicaciones de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE).

Por su parte, la **Directiva Presidencial N° 06 del 19 de junio de 2024** adopta el Manual de Identidad Visual, estableciendo lineamientos para la identidad gráfica de todas las entidades públicas. Esta directiva regula el uso adecuado de la comunicación escrita y digital, prohibiendo la incorporación de marcas específicas asociadas al gobierno de turno, con el fin de garantizar la continuidad institucional en la imagen del Estado. Además, establece la obligación de que **todas las entidades públicas publiquen su PEC en la plataforma SAMI antes del 29 de febrero de cada año**, detallando las acciones a desarrollar y el presupuesto destinado para su ejecución.

Para la ejecución del **Plan Estratégico de Comunicaciones 2025**, la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente contará únicamente con los recursos humanos asignados al **Grupo Interno de Comunicaciones Estratégicas**, conformado por las personas contratadas para el desarrollo de sus funciones misionales. No se contempla la destinación de recursos adicionales para la ejecución de campañas u otras iniciativas que impliquen inversión presupuestal. Todas las acciones de comunicación se llevarán a cabo con el talento y capacidades del equipo interno, optimizando los recursos disponibles y garantizando el cumplimiento de los objetivos estratégicos sin incurrir en gastos adicionales.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

En complemento, la Directiva Presidencial N° 11 del 22 de noviembre de 2024, fundamentada en el derecho al acceso a la información, dispone que las entidades del Estado deben destinar al menos el 33% del presupuesto asignado a planes de medios y/o comunicaciones para la divulgación de campañas a través de medios alternativos, tales como:

- Servicio público de radiodifusión sonora comunitaria.
- Televisión comunitaria.
- Medios de comunicación alternativos.
- Radiodifusión digital y nuevas tecnologías.

Finalmente, la asignación de estos recursos deberá alinearse con las disposiciones del Decreto 199 de 2024, el cual establece directrices de austeridad en el gasto público para la vigencia 2025.

3. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la gestión, diseño y divulgación de información con valor público para consolidar el posicionamiento institucional, promover la democratización de la compra pública y fomentar una cultura de eficiencia, integridad y transparencia en la gestión. Esto, mediante estrategias innovadoras que optimicen la relación con los grupos de valor e interés, impulsando la participación, el acceso a la información y el uso estratégico de las compras públicas como herramienta de desarrollo sostenible, inclusión productiva y fortalecimiento de la economía popular.

3.1 Objetivos Específicos

- **Diseñar e implementar estrategias de comunicación y divulgación** que fortalezcan la comprensión y aplicación de las líneas estratégicas del **PND 2022-2026**, promoviendo la apropiación de documentos y orientaciones estratégicas clave entre los actores del **Sistema de Compra Pública**.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

- **Generar contenidos estratégicos que faciliten la apropiación del conocimiento y el diálogo con la ciudadanía y grupos de valor**, optimizando los canales de comunicación de la entidad para una interacción más efectiva y transparente.
- **Posicionar la misionalidad y oferta institucional de Colombia Compra Eficiente**, fortaleciendo la confianza y el reconocimiento de la entidad entre los actores del sistema de compras públicas, en sintonía con los principios de transparencia y eficiencia.
- **Diseñar e implementar estrategias de comunicación interna** que fomenten la identidad organizacional, la apropiación institucional y la articulación entre equipos, alineando la cultura organizacional con los objetivos estratégicos de la entidad.

4. ALCANCE

Este plan define los lineamientos de **comunicación estratégica de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE)**, respondiendo a las necesidades de información de los actores del Sistema de Compra Pública. Se fundamenta en el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, la misionalidad de la entidad y su oferta institucional, planes y programas.

El plan contempla la validación, aprobación y ejecución de estrategias comunicacionales alineadas con los objetivos institucionales, con énfasis en:

- **Fortalecer el posicionamiento** de la entidad en el ecosistema de contratación pública.
- **Democratizar** el acceso y participación en el sistema de compra pública, promoviendo la inclusión de MiPymes y actores de la economía popular.
- **Fomentar el valor público** a través de la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas.

Asimismo, establece mecanismos de **seguimiento y monitoreo** para evaluar el **impacto y la efectividad** de las acciones implementadas, garantizando su mejora continua.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

5. PÚBLICOS

Para mejorar la eficiencia en la implementación del Plan Estratégico de Comunicaciones, se requiere hacer una **identificación de los públicos objetivos** y grupos de valor dentro de la **misionalidad de la ANCP-CCE**. En ese sentido se presenta una clasificación entre **Estratégicos, Prioritario, de Interés General**, lo cual refleja los niveles de prioridad e importancia dentro de los mensajes a desarrollar en el PEC.

5.1 Público Estratégico:

En el primer nivel de prioridad, serán ubicados los grupos con los que la entidad tiene una **conversación constante, fluida, así como a los grupos ciudadanos y economía popular**, prioritarios en la estrategia misional de la ANCP-CCE.

- **Funcionarios-Contratistas CCE:** como ejecutores de las diferentes estrategias misionales de la entidad, el público interno debe ser priorizado en los mensajes institucionales y los programas internos de Bienestar y Talento Humano.
- **Entidades del Estado:** enfocado a directivos, funcionarios y contratistas de las entidades públicas del orden central y territorial, usuarios activos de la plataforma SECOP, quienes demandan información constante referente a conceptos en contratación, novedades de la plataforma, entre otros.
- **Economía Popular:** comprende las Juntas de Acción Comunal; Cooperativas Comunitarias; Pequeñas y Medianas empresas; Asociaciones de Mujeres; Emprendimientos de las Comunidades Afrodescendientes, Negras, Palenqueras, Raizales, Rrom y Pueblos Indígenas.
- **Régimen Especial:** entidades del orden central que no se rigen por la Ley 80 pero que hacen uso de la plataforma SECOP, para sus procesos de compra.
- **Ciudadanía:** público en general, interesado en procesos de contratación, transparencia y gestión pública del Estado.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

5.2 Público Prioritario

- **Contratistas:** tanto personas naturales, como jurídicas que participan en procesos de selección y son proveedores de las entidades públicas. Generan retroalimentación sobre la experiencia de usuario y los cambios normativos.
- **Gremios:** representantes de empresas y sociedades de profesionales especializados, interesados en la contratación pública. Un público con el que la ANCP-CCE, genera alianzas y espacios de concertación para modificar conceptos y desarrollar nuevos productos.
- **Veedurías Ciudadanas:** dedicados a la vigilancia en la ejecución de obras y cumplimiento de contratos públicos, son usuarios recurrentes de la plataforma e interesados en el proceso de modernización.
- **Entes de Control:** entendidos como las personerías, contralorías regionales y nacional, así como la Procuraduría General de la Nación, que realizan seguimiento al cumplimiento de ley en materia de contratación.
- **Academia:** la ANCP-CCE, busca reforzar las alianzas con facultades de derecho y especializaciones en contratación pública, para informar sobre actualizaciones normativas y conceptos jurídicos.

5.3 Público de Interés General:

- **Organismos internacionales de Cooperación:** la comunicación con estos actores busca fortalecer la transparencia, el intercambio de conocimientos, así como las buenas prácticas que permitan mejorar los procesos de Compras Públicas.
- **ONG:** entendiendo el trabajo con comunidades y apoyo al desarrollo de proyectos de emprendimiento, se buscará llegar a través de la estrategia de comunicación, a estas organizaciones, para reforzar los mensajes de democratización de la compra pública.
- **Medios de comunicación:** son parte transversal de algunos de los productos de la estrategia de comunicación. Se tendrá una relación bidireccional, tanto de envío de información como de recibo de solicitudes.
- **Autoridades judiciales:** usan como insumo para sus investigaciones, la información contractual alojada en la plataforma SECOP.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

6. CANALES DE COMUNICACIÓN

La Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE) emplea diversos canales de comunicación para garantizar la difusión efectiva de sus mensajes a los diferentes grupos de valor. A saber:

6.1 Canales de Comunicación externa

Redes Sociales

- **X/Twitter:**

(@ColombiaCompra) - 32,900 seguidores

Propósito: Plataforma principal de difusión institucional para comunicar actualizaciones normativas, comunicados oficiales, eventos, campañas de sensibilización y atención a ciudadanos en tiempo real.

Productos: Tweets informativos, comunicados, hilos explicativos sobre normatividad, interacción con usuarios, contenido de eventos, resúmenes de foros y espacios de conversación.

- **Facebook:**

(Colombia Compra Eficiente) - 28,500 seguidores

Propósito: Facilitar la comunicación con ciudadanos y contratistas, promoviendo eventos, materiales pedagógicos y generando interacción con la comunidad.

Productos: Infografías explicativas, videos cortos sobre procesos de contratación, transmisiones en vivo, testimonios de beneficiarios y actualización sobre normativas.

- **Instagram:**

(@Colombiacompraeficiente_cce) - 27,328 seguidores

Propósito: Fortalecer el posicionamiento institucional, acercarse a audiencias más jóvenes y hacer más accesible la información sobre contratación pública mediante formatos visuales y dinámicos.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

Productos: Historias interactivas, carruseles informativos, videos explicativos sobre contratación pública, testimonios, datos clave en formato accesible y cobertura de eventos en tiempo real.

- **LinkedIn:**

(Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente) - 21,865 seguidores

Propósito: Posicionamiento estratégico ante entidades públicas, contratistas y gremios del sector, destacando logros institucionales, análisis normativo y participación en eventos relevantes.

Productos: Publicaciones de análisis normativo, artículos especializados, estudios de casos, eventos del sector, entrevistas con expertos y novedades en contratación pública.

- **YouTube:**

(@ColombiaCompra) - 20,100 suscriptores

Propósito: Ser el canal principal de formación y capacitación en contratación pública, facilitando el acceso a material pedagógico para contratistas y entidades públicas.

Productos: Tutoriales sobre el SECOP, capacitaciones, webinars, conferencias grabadas, entrevistas con expertos en contratación pública y cápsulas informativas sobre procesos de contratación.

- **Tik Tok:**

(@colombiacompraeficiente)- 16.403 seguidores

Propósito: sirve como una herramienta estratégica para educar a la ciudadanía sobre la contratación pública de manera accesible y sencilla, fomentar la transparencia en los procesos de compra estatal, incentivar la participación de MiPymes y actores de la economía popular, y fortalecer el posicionamiento institucional mediante contenido innovador y cercano. A través de TikTok, la entidad puede llegar a un público más amplio, promoviendo el conocimiento y la apropiación de buenas prácticas en la compra pública de forma entretenida y efectiva.



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

Productos: contenido educativo, informativo y de sensibilización sobre la contratación pública. Esto se traduce en videos cortos y dinámicos que explican conceptos clave, tutoriales sobre el uso de plataformas como SECOP II, cápsulas informativas sobre normatividad vigente, buenas prácticas en la compra pública y datos clave para MiPymes y actores de la economía popular.

- **Página Web:**

www.colombiacompra.gov.co

Propósito: Plataforma principal de consulta sobre contratación pública en Colombia.

Productos: Publicaciones de documentos técnicos, guías, normatividad y herramientas de apoyo para los usuarios del SECOP.

- **Correos masivos:**

Propósito: Canal de comunicación institucional con entidades públicas.

Productos: Envío de información clave sobre normatividad, actualizaciones de la plataforma SECOP, convocatorias a capacitaciones y eventos de interés.

Canales de comunicación interna

- **Intranet:**

Es una plataforma digital de uso exclusivo para los colaboradores de la entidad. Funciona como un portal centralizado donde se alojan noticias, documentos, procedimientos, calendarios y herramientas de trabajo. Su objetivo es facilitar el acceso a la información institucional, promover la transparencia y mejorar la gestión del conocimiento dentro de la organización.

- **Mailing Interno (Entérate)**

Se trata del envío de correos electrónicos a los funcionarios y contratistas de la entidad con información relevante sobre eventos, anuncios, directrices, capacitaciones y novedades institucionales. Es un canal formal

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

y estructurado que permite llegar de manera directa a todos los colaboradores, asegurando la difusión efectiva de los mensajes clave.

- **Fondos de Pantalla:**

Son imágenes o gráficos diseñados con mensajes institucionales que se establecen como fondo de pantalla en los computadores de la entidad. Se utilizan para reforzar campañas internas, recordatorios clave o promocionar iniciativas estratégicas de una manera visualmente atractiva y de alta recordación.

- **Grupo de WhatsApp:**

Es un espacio de mensajería instantánea donde los colaboradores pueden recibir información rápida y actualizada sobre temas internos. Se usa principalmente para recordatorios, avisos urgentes y coordinación de actividades, facilitando la interacción ágil entre los miembros del equipo. Es un canal más dinámico y de comunicación bidireccional.

7. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Para diseñar e implementar una estrategia de comunicaciones efectiva y asertiva que contribuya a fortalecer la apropiación del conocimiento de los actores interesados en acceder al mercado de la contratación pública, se tomarán como referencia los lineamientos del **Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2022-2026, las líneas estratégicas de la ANCP-CCE** y lo establecido en la **Dimensión 5: Información y Comunicación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG)**. Esto permitirá garantizar un flujo adecuado de información que optimice la operación interna de la entidad y fortalezca la interacción con la ciudadanía.

Como se mencionó anteriormente, el Plan Estratégico de Comunicaciones se articula con el **Objetivo 4 del Plan Estratégico Institucional (PEI)**:

"Fomentar la participación e inclusión de los actores del Sistema de Compra Pública mediante mecanismos que promuevan la apropiación y

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

difusión del conocimiento, fortalezcan sus capacidades y mejoren el relacionamiento con la ciudadanía y grupos de valor”.

Para alcanzar este propósito, el plan se estructurará en **cuatro (4) objetivos específicos**, que guiarán el desarrollo de las iniciativas de comunicación estratégica en sus dos componentes principales: **comunicación interna y comunicación externa**.

Estos objetivos se desarrollarán **ocho (8) acciones**, que responden a los componentes de **comunicación interna y externa**, de la siguiente manera:

1. Implementar una campaña de divulgación, que informe, guíe y enseñe a entidades estatales y proveedores sobre mecanismos de agregación de demanda y sus beneficios. Además de dar a conocer el catálogo de la Tienda Virtual del Estado Colombiano, incluyendo el módulo de “Mi Mercado Popular”.
2. Informar y sensibilizar a los diferentes actores del ecosistema de compras públicas sobre la modernización del SECOP, resaltando sus mejoras en términos de transparencia, eficiencia y acceso, con el fin de promover su uso y garantizar una transición efectiva.
3. Implementar una estrategia de divulgación y posicionamiento al proceso de actualización del Modelo de Abastecimiento Estratégico que permita una implementación efectiva y mejores prácticas en las compras estatales.
4. Realizar la difusión de las acciones desarrolladas por la Subdirección de Gestión Contractual, referente a: Documentos Tipo, Boletín de relatoría, guías, manuales, cartillas, conceptos, estudios normativos y circulares.
5. Socializar orientaciones estratégicas dirigidas a los actores del sistema de compra pública en línea con las apuestas del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, a través de diferentes canales de comunicación.
6. Mediante la producción audiovisual y gráfica de contenidos; divulgar y socializar la estrategia de rendición de cuentas institucional a través de los diferentes canales de comunicación oficiales.
7. A través de los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la Agencia, divulgar elementos comunicacionales que contengan información relacionada con los espacios programados por la dirección y las subdirecciones con el fin de promover la Oferta y Gestión institucional.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

8. A través de los canales internos tales como: fondos de pantalla, boletines internos, chat de WhatsApp, Intranet y correo institucional dar a conocer información relevante para los funcionarios y contratistas de la ANCP-CCE.

8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

La matriz de seguimiento del PEC se estructura de la siguiente manera:

- Objetivo estratégico (articulación con el Plan estratégico Institucional)
- Enfoques estratégicos
- Objetivos específicos
- Acciones
- Entregables
- Fecha de inicio y Fecha final
- Meta
- Unidad de medida
- Programación
- Responsable
- Reporte de ejecución
- Evaluación

El correspondiente seguimiento se encuentra articulado al PAI, monitoreado por el Grupo Interno de Comunicaciones Estratégicas y por el Grupo Interno de Planeación, Políticas Públicas y Asuntos Internacionales de la Dirección General de la ANCP-CCE.

Igualmente, el seguimiento se realizará conforme lo establece el **numeral 3 de la Directiva Presidencial N° 06 del 19 de junio de 2024**, que establece lo siguiente:

Los ministerios y departamentos administrativos serán responsables de centralizar y remitir a la Secretaría para las Comunicaciones y Prensa, a través del correo electrónico comunicaciones@presidencia.gov.co, informes trimestrales propios y de sus entidades adscritas y vinculadas, en el formato adjunto a la presente directiva.

Los informes deben incluir los datos correspondientes al proceso de aprobación y ejecución del plan de comunicaciones, la radicación y aprobación de solicitudes de campañas, piezas de comunicación, foros y



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

eventos de gran magnitud, así como los resultados obtenidos de tales acciones de comunicación.

Las fechas límite para la presentación de dichos informes serán:

- Primer trimestre: 31 de marzo.
- Segundo trimestre: 30 de junio.
- Tercer trimestre: 30 de septiembre.
- Cuarto trimestre: 31 de diciembre.

9. ANEXO

Matriz PEC 2025 Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

CONTROL DEL DOCUMENTO				
Acción	Nombre	Cargo	Fecha	Firma
Elaboró	María Alejandra Gutiérrez Pablo Camilo Cruz	Gestor T1-11 Contratista GI de Comunicaciones Estratégicas	26/02/2025	Original firmado
Revisó	Richard Camilo Romero Cortés	Asesor Experto G3 Grado 05	26/02/2025	Original firmado
Aprobó	Comité Directivo	Comité Directivo	28/02/2025	Acta Comité Directivo



Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025