

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

2026



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES (PEC) 2026

AGENCIA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA -
COLOMBIA COMPRA EFICIENTE
2026

Director General
Cristóbal Padilla Tejeda

Secretaria General
Ana María Tolosa Rico

Subdirectora de Negocios
Yenny Liseth Pérez Olaya

Subdirectora de Gestión Contractual
Carolina Quintero Gacharná

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

Subdirectora de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE)
Marina de las Mercedes Avendaño Carrascal

Asesor Experto de Despacho
José Tarcisio Gómez Serna

Asesor de Planeación, Políticas Públicas y Asuntos Internacionales
César Andrés Barros de la Rosa

Asesor de Comunicaciones Estratégicas
Richard Camilo Romero Cortés

Asesora Experta de Despacho
Sindy Alexandra Quintero Hernández

Asesor Experto de Despacho
Luis Enrique Perea Garcés

Asesor Experto de Despacho
William Javier Murco Acevedo

Asesora de Control Interno
Edith Cárdenas Herrera

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1. MARCO LEGAL	6
2. MARCO CONCEPTUAL	8
3. OBJETIVOS.....	10
4. ALCANCE.....	12
5. PÚBLICO OBJETIVO.....	14
6. CANALES DE COMUNICACIÓN	16
7. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA.....	20
8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO	24
9. ANEXOS.....	26

Tabla de figuras

» <i>Figura 1 Enfoques estratégicos / Objetivos específicos</i>	<i>21</i>
» <i>Figura 2 Líneas de acción/ Productos</i>	<i>22</i>



Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

INTRODUCCIÓN



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 dependencias 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, 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 y partes interesadas, 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) 2026 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) 2023-2026 “Fomentar la participación e inclusión de actores del Sistema de Compra Pública a través de mecanismos que promuevan la apropiación y difusión del conocimiento, fortalezcan sus capacidades, y mejoren el relacionamiento con la ciudadanía y grupos de valor”.





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

1. MARCO LEGAL



1. MARCO LEGAL

El Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) 2026 de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE) se enmarca en las disposiciones que regulan la planeación institucional, la transparencia, el acceso a la información pública, la identidad visual del Estado y la racionalización del gasto público.

En primer lugar, el artículo 74 de la Ley 1474 de 2011 (Estatuto Anticorrupción) establece que todas las entidades del Estado deben publicar en sus portales oficiales el Plan de Acción Institucional (PAI), el cual debe actualizarse anualmente conforme a sus necesidades misionales y estratégicas. En este contexto, el Plan Estratégico de Comunicaciones constituye una hoja de ruta transversal que hace parte de la planeación institucional y contribuye al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la entidad, fortaleciendo la transparencia, la rendición de cuentas y la relación con los grupos de valor y partes interesadas.

En concordancia con lo anterior, la Ley 1712 de 2014, por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a

la Información Pública, solicita a las entidades públicas el deber de garantizar el acceso a la información, la publicidad de sus actuaciones y la divulgación proactiva de información de interés general, bajo los principios de máxima publicidad, transparencia y responsabilidad. En desarrollo de esta obligación, el PEC orienta sus acciones a asegurar que la información institucional sea clara, oportuna, accesible y comprensible. A su vez, la Resolución 1519 de 2020 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones establece los lineamientos para la publicación de información en sedes electrónicas y portales web de las entidades públicas, definiendo estándares de accesibilidad, usabilidad y calidad que deben observarse en la gestión de contenidos digitales.

En materia de identidad institucional y continuidad del Estado, la Ley 2345 de 2023 y la Directiva Presidencial N° 06 del 19 de junio de 2024, mediante la cual se adopta el Manual de Identidad Visual, establecen lineamientos obligatorios para la identidad gráfica de las entidades públicas. Estas disposiciones regulan el uso adecuado de la comunicación escrita y digital y prohíben la incorporación de marcas, símbolos o elementos asociados al gobierno de turno, con el fin de garantizar la neutralidad, coherencia y permanencia de la imagen institucional.

Finalmente, la ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones deberá observar las disposiciones del Decreto 199 de 2024, que establece medidas de austeridad en el gasto público, promoviendo el uso eficiente y racional de los recursos. En coherencia con este marco normativo, la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente ejecutará el PEC 2026 con los recursos humanos asignados al Grupo Interno de Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General, optimizando sus capacidades técnicas y garantizando el cumplimiento de los objetivos institucionales en estricto apego a los principios de eficiencia, economía y responsabilidad en el manejo de los recursos públicos.



2. MARCO CONCEPTUAL

2. CONTEXTO INSTITUCIONAL

El Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) 2026 de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE) se fundamenta en un conjunto de conceptos que orientan la gestión de la comunicación institucional como un proceso transversal que apoya el cumplimiento de los objetivos misionales de la entidad y fortalece la relación con sus grupos de valor y partes interesadas.

En este contexto, el Grupo de Comunicaciones Estratégicas tiene como propósito elaborar, difundir y administrar la información institucional, tanto interna como externa, a través de los canales oficiales de la ANCP-CCE. Esta gestión busca garantizar que la información sea clara, oportuna y confiable, con el fin de mantener informados a los diferentes actores del sistema de compra pública y contribuir al posicionamiento de la imagen institucional de la entidad.

El PEC 2026 se constituye como una hoja de ruta que orienta las acciones, estrategias y herramientas de comunicación de la entidad. A través de este plan se establecen las líneas de acción para gestionar la comunicación institucional de manera coordinada, asegurando la coherencia de los mensajes, el uso adecuado de los canales oficiales y la adecuada difusión de la información de interés público.

La comunicación interna comprende las acciones orientadas a fortalecer el flujo de información al interior de la entidad, promoviendo su acceso oportuno, la articulación entre dependencias y el sentido de pertenencia de los colaboradores. Este componente busca facilitar la comprensión de los objetivos institucionales y fortalecer la gestión institucional.

Por su parte, la comunicación externa está orientada a difundir información relevante sobre la oferta y gestión institucional hacia los grupos de valor y partes interesadas, contribuyendo a la transparencia, la participación y el fortalecimiento de la confianza institucional.

Dentro de la gestión, los elementos comunicacionales corresponden al conjunto de mensajes, piezas, formatos y recursos utilizados para transmitir la información institucional. Estos elementos permiten estructurar contenidos claros, coherentes y alineados a la misionalidad de la entidad, facilitando su comprensión por parte de los distintos públicos.

En este marco, la información oficial se entiende como aquella generada, validada y difundida por la entidad a través de sus canales institucionales, la cual refleja de manera oportuna las decisiones, acciones y lineamientos de la ANCP-CCE. Su gestión adecuada garantiza la transparencia, la veracidad y la confiabilidad de la información pública.

Los canales oficiales corresponden a los medios institucionales utilizados para la difusión de la información. A través de estos canales se garantiza que la información llegue de manera oportuna a los diferentes públicos.

Por su parte, los grupos de valor y partes interesadas hacen referencia a las personas, entidades, organizaciones y actores que interactúan con la ANCP-CCE o se ven impactados por su gestión.

Finalmente, el principio de accesibilidad orienta la producción y difusión de los contenidos institucionales para que estos puedan ser comprendidos y utilizados por los grupos de valor y partes interesadas, garantizando condiciones de inclusión, claridad y disponibilidad de la información pública.



Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

3. OBJETIVOS



3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la gestión y la divulgación de información con valor público, con el propósito de consolidar el posicionamiento institucional y promover la democratización de la compra pública, fomentando una cultura de eficiencia, integridad y transparencia, mediante enfoques innovadores que fortalezcan la relación con los grupos de valor y partes interesadas, impulsen la participación y garanticen el acceso oportuno, claro y confiable a la información.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- » Diseñar e implementar estrategias de comunicación y divulgación que fortalezcan la apropiación de orientaciones estratégicas clave entre los actores del Sistema de Compra Pública.
- » 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 oferta y gestión 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.





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

4. ALCANCE



4. ALCANCE

El Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC, 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 y promoviendo la transparencia con el propósito de contribuir al posicionamiento de la imagen institucional.

El documento responde a los lineamientos del Gobierno Nacional y de la Agencia, así como al

marco legal para el desarrollo de las acciones comunicacionales. En este Plan se presentan el enfoque conceptual, la identificación del público objetivo, los canales de comunicación, la definición de objetivos estratégicos y líneas de acción. Asimismo, da cuenta de la ejecución de la estrategia, seguimiento y monitoreo sobre la efectividad de las acciones implementadas y la matriz de seguimiento del PEC.





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

5. PÚBLICO OBJETIVO



5. PÚBLICO OBJETIVO

En coherencia con enfoque de la estrategia de comunicaciones, es importante la identificación de los actores del sistema de compra pública y contratación estatal dentro de la oferta y gestión de la ANCP-CCE:

- » **Funcionarios-Contratistas CCE:** el público interno debe ser priorizado en los mensajes institucionales y los programas internos de Bienestar y Talento Humano.
- » **Ciudadanía:** público en general, interesado en procesos de contratación, transparencia y gestión pública del Estado.
- » **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.
- » **Contratistas de las entidades estatales:** tanto personas naturales, como jurídicas que participan en procesos de selección y son proveedores de las entidades públicas.
- » **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 las plataformas e interesados en la gestión institucional.
- » **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:** instituciones de educación superior, para informar sobre actualizaciones dentro del sistema de compras públicas y contratación estatal.
- » **Organismos internacionales de Cooperación:** entidades multilaterales, agencias de cooperación y organismos internacionales que promueven el fortalecimiento institucional, el desarrollo de capacidades y la adopción de buenas prácticas en materia de gestión y compras públicas.
- » **Medios de comunicación:** medios tradicionales y alternativos con el fin de amplificar los mensajes institucionales, visibilizar oferta y gestión institucional, así como fortalecer la reputación de la entidad.





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente



6. CANALES DE COMUNICACIÓN

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 y partes interesadas.

6.1. 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 permitir el acceso a la información institucional, promover la transparencia y mejorar la gestión del conocimiento dentro de la entidad.

<https://intranet.colombiacompra.gov.co/>

» **Mailing Interno (Correo institucional):**

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

comunicaciones@colombiacompra.gov.co

» **Fondos de Pantalla:**

Son piezas gráficas diseñadas con mensajes institucionales que se establecen como fondo de pantalla en los equipos de cómputo 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 unidireccional.

» **Programa conectados:**

Permite la comunicación en doble vía y una mayor apropiación del contenido divulgado. Es un espacio que posibilita el flujo de información interna, la participación activa de los colaboradores y la sensibilización de temas institucionales.



6.2. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Redes Sociales

» **X: (@ColombiaCompra)**

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)**

Propósito: Facilitar la comunicación con los grupos de valor, promoviendo eventos, materiales pedagógicos y generando interacción con la comunidad.

Productos: Piezas gráficas, infografías explicativas, videos cortos sobre procesos de contratación, transmisiones en vivo y actualización sobre normativas.

» **Instagram:**

(@Colombiacompraeficiente_cce)

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

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

» **Linkedin: (Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente)**

Propósito: Fortalecer el posicionamiento de la agencia, mediante la publicación de contenidos pedagógicos, institucionales y de innovación relacionados con el sistema de compra pública.

Productos: Contenidos explicativos, piezas pedagógicas, participación en eventos institucionales, difusión de espacios de formación.

» **YouTube: (@ColombiaCompra)**

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

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

6.2. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

» **Tik Tok: (@colombiacompraeficiente)**

Propósito: sirve como una herramienta estratégica para educar a la ciudadanía sobre la contratación pública de manera accesible y sencilla. 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.

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, cápsulas informativas sobre normatividad vigente, buenas prácticas en la compra pública.

» **Página Web: www.colombiacompra.gov.co**

Propósito: Plataforma de consulta sobre el sistema de compras y contratación pública en Colombia, dando cumplimiento a criterios de accesibilidad.

Productos: Publicación de información institucional de conformación con los estándares y directrices señalada en la Ley 1712 de 2014.

» **Correos masivos:**

Propósito: Canal de comunicación institucional con entidad públicas y proveedores.

Productos: Envío de información clave sobre normatividad, actualizaciones de las plataformas, convocatorias a capacitaciones y eventos de interés.

» **Canal de WhatsApp:**

Propósito: Canal unidireccional de comunicación institucional que permite difundir información de manera directa a los grupos de valor.

Productos: Espacios de formación y la divulgación de la oferta y gestión institucional.





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

7. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA



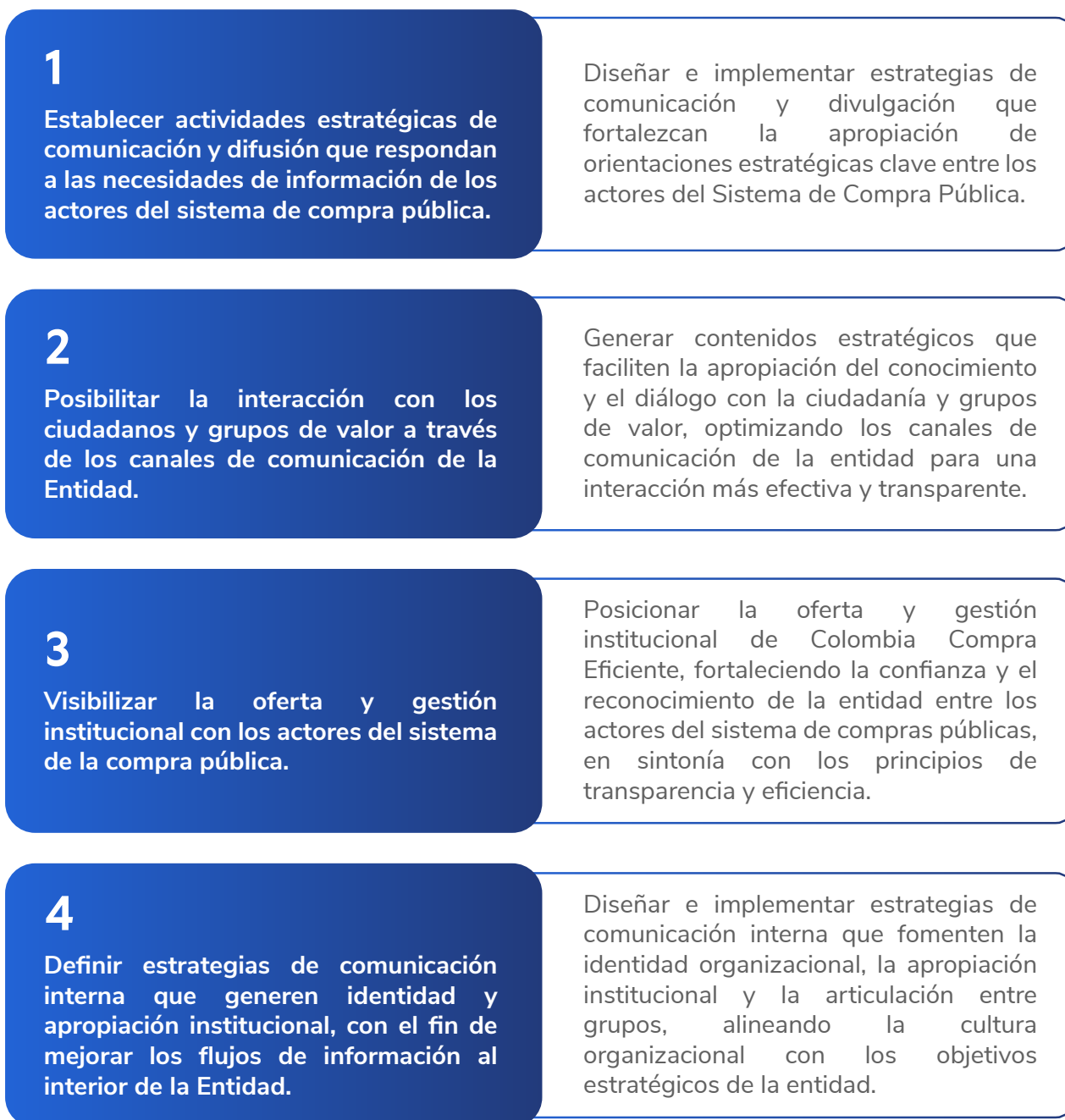
7. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Para el diseño de esta estrategia de comunicación se consolidaron las necesidades comunicacionales de las diferentes dependencias de la Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente (ANCP-CCE), con el propósito de fortalecer la oferta y la gestión institucional al servicio de los grupos de valor. Este proceso se desarrolló tomando como referencia los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, las

líneas estratégicas de la entidad y lo establecido en la Dimensión 5: Información y Comunicación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).

Teniendo en cuenta lo anterior, el Plan Estratégico de Comunicaciones se estructura en cuatro (4) enfoques estratégicos y (4) objetivos específicos, tales como:

Figura 1 Enfoques estratégicos / Objetivos específicos



8. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Así mismo, se establecen siete (7) líneas de acción y productos definidos en el marco de campañas, que orientan la implementación del plan en los componentes de comunicación interna y externa de la Agencia.

Figura 2 Líneas de acción/ Productos

1

Implementar campañas dirigidas a entidades estatales y proveedores para impulsar el uso de los mecanismos de agregación de demanda y del catálogo de la Tienda Virtual del Estado Colombiano” incluyendo las herramientas asociadas, con el fin de promover compras públicas inclusivas y fortalecer la participación de la economía popular.

- Informe semestral de resultados a partir de la matriz de seguimiento de redes sociales.

2

Generar y divulgar elementos comunicacionales que permitan a los actores de la compra pública y la contratación estatal conocer las mejoras y avances del Sistema Electrónico de Compra Pública (SECOP) en disponibilidad, transparencia y acceso, promoviendo su uso efectivo.

- Informe semestral de resultados a partir de la matriz de seguimiento de redes sociales.

3

Implementar campañas de divulgación que visibilicen las acciones de la Subdirección de Estudios de Mercado y Abastecimiento Estratégico (EMAE), promoviendo la democratización de la información. (Promover la apropiación y uso del Modelo Abastecimiento Estratégico para la implementación de buenas prácticas; Divulgar Estudios, análisis y/o reportes en torno al sistema de compras y contratación pública y fortalecer la consulta de las Herramientas de visualización.

- Informe semestral de resultados a partir de la matriz de seguimiento de redes sociales con el desarrollo y divulgación de (3) campañas y/o acciones ejecutadas.

8. EJECUCIÓN DE LA ESTRATEGIA

4

Diseñar e implementar campañas de divulgación orientadas a visibilizar las acciones adelantadas por la Subdirección de Gestión Contractual, relacionadas con : Documentos tipo, boletines de relatoría, lineamientos técnicos con enfoque pedagógico, conceptos, estudios normativos, circulares, micrositio para grupos étnicos.

- Informe semestral de resultados a partir de la matriz de seguimiento de redes sociales con el desarrollo y divulgación de (7) campañas o acciones ejecutadas.

5

Formular e implementar la estrategia de comunicación para la rendición de cuentas, facilitando la apropiación del conocimiento y el diálogo con la ciudadanía y los grupos de valor, mediante la producción de contenidos audiovisuales y gráficos.

- Matriz sobre la estrategia de comunicaciones para la rendición de cuentas de la ANPC-CCE.
- Informe de cumplimiento e implementación sobre la estrategia de comunicaciones para la rendición de cuentas de la ANPC-CCE.

6

Ejecutar el relacionamiento con medios de comunicación y difundir la Oferta y Gestión institucional.

- Informe semestral de resultados a partir de la matriz de seguimiento de redes sociales.

7

Diseñar e implementar campañas de divulgación orientadas a visibilizar las acciones de comunicación interna de la ANCP CCE.

- Informe semestral de comunicación interna con las respectivas evidencias de las acciones realizadas frente a la comunicación interna.

8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO



8. SEGUIMIENTO Y MONITOREO

El desarrollo de las actividades y el seguimiento a la gestión del PEC 2026 de la ANCP-CCE estará a cargo del Grupo Comunicaciones Estratégicas de la Dirección General. Asimismo, a través del PAI 2026 en cabeza del Grupo Interno de Planeación, Políticas Públicas y Asuntos Internacionales de la Dirección General se realizará un monitoreo semestral al desarrollo de las acciones propuestas en el plan.

de 2024, la ANCP-CCE deberá entregar de manera trimestral a la Secretaría para las Comunicaciones y Prensa de la Presidencia de la República un (1) informe que dé cuenta de la ejecución del plan y de la radicación y aprobación de solicitudes de campañas, piezas de comunicación, foros y eventos de gran magnitud, así como los resultados obtenidos de tales acciones de comunicación.

Finalmente, y conforme a lo indicado el numeral 3 de la Directiva Presidencial N° 06 del 19 de junio





Agencia Nacional
de Contratación Pública
Colombia Compra Eficiente

9. ANEXOS



9. ANEXOS

Matriz PEC 2026 Agencia Nacional de Contratación Pública – Colombia Compra Eficiente.

Autores y responsables del documento				
Acción	Nombre	Cargo	Fecha	Firma
Elaboró	Maria Alejandra Gutiérrez	Gestor T1-11	10/03/2026	Original firmado
	Paola Andrea Morales Castro	Analista T2-02 Grupo		
Revisó	Richard Camilo Romero Cortés	Asesor Experto G3 Grado 05	10/03/2026	Original firmado
Aprobó	Comité Directivo	Comité Directivo	27/03/2026	Comité Directivo



Agencia Nacional de Contratación Pública Colombia Compra Eficiente

