

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 1 de 19

COPIA CONTROLADA



**Corporación Autónoma
Regional del Tolima**



SC-2001027



SA- 2001028



ST-2001029

RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL

PLAN DE COMUNICACIONES 2026

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
		Versión: 03
	PLAN DE COMUNICACIONES	Pág. 2 de 19

COPIA CONTROLADA

TABLA DE CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVOS	4
3. ALCANCE	5
4. BASE LEGAL	7
5. DIAGNOSTICO	8
6. COMPONENTES DEL PLAN	12
7. INDICADORES	16
8. PLAN DE ACCIÓN (ANEXO)	16
9. FIRMAS	18

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 3 de 19

COPIA CONTROLADA

1. INTRODUCCIÓN

La Estrategia de Comunicaciones de CORTOLIMA 2025–2027 se desarrolla en tres fases:

- Fase 1 – 2025: Escuchar y ordenar para comunicar mejor: CORTOLIMA Comunica con Cercanía, Transparencia y Eficiencia.
- Fase 2 – 2026: Consolidar confianza y liderazgo ambiental: CORTOLIMA: Comunicación que Acerca, Aclara y Responde.
- Fase 3 – 2027: Institucionalizar la comunicación estratégica: CORTOLIMA: Hablar Claro, Estar Cerca y Actuar Mejor.

Tras un primer año dedicado a escuchar el territorio, ordenar el relato institucional y abrir la comunicación a nuevas voces, CORTOLIMA entra en la Fase 2 de su Estrategia de Comunicaciones 2025–2027 con un propósito claro: consolidar la confianza construida y convertirla en liderazgo ambiental. Si la Fase 1 permitió sentar las bases de una comunicación más cercana, transparente y coherente, esta nueva etapa se orienta a sostener esa cercanía en el tiempo, profundizar la claridad de los mensajes y fortalecer una gestión comunicativa eficiente, continua y estratégica. La Fase 2 no parte de cero; parte de lo aprendido, de lo validado y de lo que ya demostró impacto, para proyectar a CORTOLIMA como una voz ambiental legítima, visible y confiable para el territorio y el país.

La Fase 2 parte de los aprendizajes y resultados obtenidos durante 2025. Su propósito es sostener la cercanía con el territorio, profundizar la claridad de los mensajes y fortalecer una gestión comunicativa eficiente, continua y estratégica.

La comunicación se concibe como una herramienta estratégica para anticipar, explicar y liderar la conversación ambiental, convirtiendo la presencia institucional en confianza sostenida y autoridad técnica reconocida. La Fase 2 no se orienta hacia la experimentación, sino hacia la organización, profundización y expansión de lo que ya fue validado en el año 2025.

Principios rectores:

1. Continuidad antes que coyuntura: la comunicación debe gestionarse como un proceso permanente y no como reacción a eventos aislados.
2. Narrativa territorial y humana: los mensajes ambientales deben construirse desde el territorio, las comunidades y las problemáticas reales.
3. Liderazgo visible y coherente: la vocería institucional debe planificarse y alinearse con temas estratégicos.
4. Diversidad de voces y formatos: CORTOLIMA comunica, pero también escucha y amplifica otras voces.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 4 de 19

COPIA CONTROLADA

5. Medición para decidir: lo que no se mide no se puede ajustar ni escalar.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general: Consolidar a CORTOLIMA como un referente ambiental regional y nacional, fortaleciendo la legitimidad institucional, la confianza ciudadana, la continuidad comunicativa y el liderazgo en la narrativa ambiental mediante una estrategia estratégica, participativa y cuantificable. Este planteamiento recoge el propósito estratégico establecido para la Fase 2 de 2026: consolidar a CORTOLIMA como referente ambiental mediante el fortalecimiento de su legitimidad, continuidad y liderazgo narrativo.

2.2. Objetivos específicos:

2.2.1. Objetivo 1. Posicionamiento institucional y legitimidad pública

Fortalecer el reconocimiento de CORTOLIMA como autoridad ambiental técnica, cercana y confiable. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

Objetivos operativos:

- Consolidar la presencia de CORTOLIMA como autoridad ambiental confiable y visible.
- Fortalecer relaciones estratégicas con medios y validadores.
- Posicionar a la Corporación como fuente autorizada en temas ambientales prioritarios.

2.2.2. Objetivo 2. Narrativa ambiental estratégica

Consolidar una narrativa institucional clara, coherente y diferenciadora.

Objetivos operativos:

- Consolidar una narrativa ambiental coherente, pedagógica y territorial.
- Incorporar sistemáticamente otras voces al relato institucional.
- Posicionar los temas bandera de CORTOLIMA mediante productos comunicativos.

2.2.3. Objetivo 3. Arquitectura de contenidos y formatos

Organizar los formatos y canales para garantizar continuidad y pertinencia según cada público.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 5 de 19

COPIA CONTROLADA

Objetivos operativos:

- Garantizar continuidad comunicativa sin periodos muertos.
- Optimizar el uso de formatos según públicos y canales.
- Fortalecer la eficiencia en la producción de contenidos.

2.2.4. Objetivo 4. Liderazgo y vocería ambiental

Posicionar la gestión de CORTOLIMA como referente y autoridad ambiental regional y nacional.

Objetivos operativos:

- Posicionar los temas de gestión de las subdirecciones en la agenda mediática.
- Fortalecer una vocería coherente, clara y planificada.
- Incrementar la participación en escenarios estratégicos.

2.2.5. Objetivo 5. Comunicación interna y cultura organizacional

Fortalecer el sentido de pertenencia y la alineación interna con la estrategia comunicativa.

Objetivos operativos:

- Alinear al equipo interno con la estrategia de comunicaciones.
- Fortalecer el sentido de pertenencia institucional.
- Integrar las áreas técnicas al relato comunicativo.

3. ALCANCE

El Plan de Comunicaciones 2026 comprende la comunicación institucional de CORTOLIMA y busca proyectar a la Corporación desde una dimensión regional y nacional, fortaleciendo su presencia como autoridad ambiental y fuente técnica reconocida.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 6 de 19

COPIA CONTROLADA

El alcance contempla tanto la comunicación externa como la comunicación interna, articulando a las áreas técnicas, directivas y operativas de la Corporación con la estrategia comunicativa.

3.1. Alcance territorial y temático

La estrategia prioriza una narrativa construida desde el territorio y busca posicionar temas ambientales estratégicos como:

- Agua y seguridad hídrica.
- Defensa de los páramos.
- Cambio climático y adaptación territorial.
- Uso de herramientas tecnológicas e inteligencia artificial para la protección de áreas de vida y la apropiación social del conocimiento ambiental, en relación con la Ley 2173.

3.2. Públicos

3.2.1. Públicos institucionales y de opinión

- Medios de comunicación regionales y nacionales.
- Periodistas ambientales.
- Líderes de opinión.
- Entidades del Sistema Nacional Ambiental.
- Autoridades territoriales.

3.2.2. Públicos territoriales y ciudadanos

- Comunidades del territorio.
- Líderes comunitarios.
- Organizaciones ambientales.
- Academia y expertos.
- Ciudadanía interesada en temas ambientales.

3.2.3. Públicos digitales

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 7 de 19

COPIA CONTROLADA

- Ciudadanía digital.
- Jóvenes y comunidades educativas.
- Seguidores de redes sociales.
- Usuarios de plataformas institucionales.

3.2.4. Públicos estratégicos para vocería

- Medios de comunicación.
- Tomadores de decisión.
- Entidades gubernamentales.
- Academia.
- Opinión pública especializada.

El alcance incluye además la articulación de las diferentes subdirecciones y áreas técnicas de CORTOLIMA, identificando entre 2 y 3 temas estratégicos por subdirección para alinearlos con la narrativa institucional y los temas bandera.

4. BASE LEGAL

- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE 1991
- Ley 1581 de 2012, Protección de Datos Personales “Por medio de la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”.
- Ley 1712 de 2014, Ley de transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional.
- Decreto 2573 de 2014 “Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea, se reglamenta parcialmente la ley 1341 de 2009 y se dictan otras disposiciones”.
- Decreto 1081 de 2015 DUR Presidencia
- Decreto 1499 de 2017, Modelo Integrado de Planeación y Gestión.
- Guía del lenguaje claro para servidores públicos.
- Ley 23 de 1973 “Sobre derechos de autor”.
- Decreto 1008 de 2018, Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 8 de 19

COPIA CONTROLADA

- Constitución Política 1991, artículo 20

5. DIAGNOSTICO

El diagnóstico de la estrategia 2026 parte de los resultados de implementación de 2025.

5.1. Posicionamiento y visibilidad institucional

Durante 2025 se evidenció un fortalecimiento progresivo del posicionamiento de CORTOLIMA como autoridad ambiental con un discurso técnico, territorial y pedagógico. La Corporación avanzó de una comunicación predominantemente informativa hacia una comunicación con mayor intención estratégica.

Evidencias

- Mayor presencia en medios regionales mediante el trabajo con validadores.
- Mayor coherencia entre los mensajes técnicos, político-administrativos y comunicacionales.
- Reconocimiento inicial de la vocería institucional como referente en temas ambientales.

Aprendizaje

El posicionamiento no depende únicamente de la presencia mediática, sino de la consistencia narrativa y la continuidad.

Necesidad para 2026

Consolidar una estrategia de medios más sistemática, con priorización temática y calendarización anual.

5.2. Narrativa y contenidos estratégicos

Durante 2025 se definió e implementó una línea estratégica de contenidos que permitió reducir la dispersión de mensajes y generar mayor claridad sobre qué comunica CORTOLIMA y desde qué enfoque.

Avances

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 9 de 19

COPIA CONTROLADA

- Contenidos alineados con problemáticas ambientales concretas del territorio.
- Inclusión de comunidades, aliados y expertos.
- Inicio de diversificación de formatos audiovisuales, narrativos y gráficos.

Aprendizaje

La narrativa funciona mejor cuando conecta con el territorio y las historias humanas, no únicamente con datos técnicos.

5.3. Diagnóstico de redes sociales

Durante enero–diciembre de 2025 CORTOLIMA mantuvo presencia activa en Instagram, Facebook, TikTok y X, registrando crecimiento sostenido de sus comunidades digitales y altos niveles de visibilidad, especialmente en Facebook e Instagram.

Instagram

- ✓ Seguidores al cierre de 2025: 9.700.
- ✓ Seguidores nuevos estimados: 1.700.
- ✓ Promedio mensual de nuevos seguidores: 140–155.
- ✓ Visualizaciones acumuladas: aproximadamente 1.930.000.
- ✓ Alcance promedio mensual: 15.500 cuentas.
- ✓ Interacciones promedio mensuales: 4.050.
- ✓ Likes promedio mensuales: 700–800.

Lectura: Instagram se consolida como canal de posicionamiento visual y educativo.

Oportunidades:

- Incrementar llamados a la acción.
- Estimular comentarios y mensajes directos.
- Potenciar reels educativos.
- Fortalecer narrativas territoriales.

Facebook

- ✓ Seguidores: 38.825.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 10 de 19

COPIA CONTROLADA

- ✓ Seguidores nuevos: aproximadamente 7.900.
- ✓ Promedio mensual de nuevos seguidores: 650.
- ✓ Visualizaciones acumuladas: más de 2.125 millones.
- ✓ Alcance promedio mensual: 9.300.
- ✓ Interacciones promedio mensuales: 4.500.
- ✓ Espectadores promedio: 74.000.

Lectura: Facebook es el principal canal de alcance masivo y difusión institucional, especialmente para video, transmisiones, contenidos informativos y rendición de cuentas.

TikTok

- ✓ Seguidores: 2.561.
- ✓ Seguidores nuevos: aproximadamente 1.740.
- ✓ Crecimiento promedio mensual: 145 seguidores.
- ✓ Interacciones promedio mensuales: 540.
- ✓ Likes promedio mensuales: 440.
- ✓ Incremento del 63 % en interacciones entre enero y diciembre.
- ✓ Crecimiento progresivo durante el año.

Lectura: TikTok aparece como un canal estratégico de crecimiento sostenido.

X

- ✓ Seguidores: 584.
- ✓ Likes promedio mensuales: 30.
- ✓ Visualizaciones: 800.
- ✓ Alcance: 1.200.

Lectura: X presenta un impacto comparativamente bajo y se utiliza principalmente para difusión informativa básica y replicación de comunicados.

Diagnóstico general de redes

Facebook destaca por su alcance masivo; Instagram por su capacidad de posicionamiento visual; TikTok por su crecimiento sostenido; y X presenta un alcance limitado.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 11 de 19

COPIA CONTROLADA

Para 2026 se identifica la necesidad de pasar de una gestión centrada en visibilidad hacia una gestión orientada a: interacción, participación ciudadana, medición estratégica e impacto comunicacional.

5.4. Gestión y continuidad comunicativa

En 2025 se identificaron y corrigieron parcialmente periodos muertos de comunicación institucional.

Avances

- Planeación básica de contenidos más allá de coyunturas.
- Mayor coordinación interna para anticipar hitos comunicables.
- Comprensión de la comunicación como proceso y no solamente como publicación.

Problema identificado: La comunicación continúa siendo vulnerable a:

- Sobrecarga operativa.
- Dependencia de coyunturas administrativas.
- Dependencia de personas clave.
- Falta de sistematicidad.

Necesidad 2026: Diseñar una arquitectura mínima de contenidos permanentes que garantice presencia incluso durante periodos de baja agenda institucional.

5.5. Liderazgo y vocería

Durante 2025 se sentaron las bases para posicionar a la directora como referente ambiental y voz principal de la Corporación.

Avances

- Mayor coherencia entre discurso institucional y vocería directiva.
- Identificación de temas para liderar la agenda pública.
- Inicio de una estrategia de visibilidad ambiental y pedagógica.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 12 de 19

COPIA CONTROLADA

Necesidad: La vocería requiere planeación, temas bandera, formatos propios y escenarios prioritarios.

5.6. Participación y apropiación institucional

Se avanzó hacia una comunicación más participativa tanto con la ciudadanía como al interior de la Corporación.

Avances

- Diseño de talleres públicos como espacios de diálogo y educación ambiental.
- Reactivación de la Cumbre de los Andes como hito estratégico.
- Planeación de un taller creativo interno.
- Apuesta comunicativa para la rendición de cuentas para Ibagué.
- Generación de discusiones académicas, temáticas y de impacto en la agenda.

Necesidad 2026: Integrar la comunicación interna como eje estratégico explícito.

5.7. Balance general 2025

Lo logrado

- Validación de la estrategia conceptual.
- Ordenamiento de la narrativa institucional.
- Fortalecimiento del posicionamiento inicial.
- Generación de conciencia estratégica en el equipo.

Lo que quedó en evidencia

- Necesidad de mayor sistematicidad.
- Dependencia de personas clave.
- Falta de indicadores más robustos.
- Oportunidad de escalar lo que ya funciona.

6. COMPONENTES DEL PLAN

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 13 de 19

COPIA CONTROLADA

El Plan de Comunicaciones 2026 se estructura en cinco componentes o ejes estratégicos.

COMPONENTE 1. POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL Y LEGITIMIDAD PÚBLICA

Propósito: Consolidar a CORTOLIMA como una autoridad ambiental reconocida, confiable y pertinente para el territorio. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

Líneas de acción:

- ✓ Estrategia estructurada de relacionamiento con medios y validadores.
- ✓ Agenda temática ambiental priorizada.
- ✓ Presencia constante en escenarios regionales, nacionales y sectoriales.

Resultado esperado: CORTOLIMA reconocida como fuente autorizada y recurrente en temas ambientales del territorio.

Temas bandera

1. Agua y seguridad hídrica.
2. Defensa de los páramos.
3. Cambio climático y adaptación territorial.
4. Tecnología e inteligencia artificial para la protección de áreas de vida y apropiación social del conocimiento ambiental.

Acción estratégica: Instalar una Mesa Estratégica de Comunicaciones que permita mapear mensualmente el comportamiento de las temáticas bandera y convertirlas en productos comunicativos y escenarios de agenda regional y nacional. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

COMPONENTE 2. NARRATIVA AMBIENTAL ESTRATÉGICA

Propósito: Consolidar la narrativa ambiental como un activo institucional, pasando de simplemente informar a contar el territorio, sus desafíos, aprendizajes y transformaciones desde una mirada pedagógica y humana. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 14 de 19

COPIA CONTROLADA

Líneas de acción

- ✓ Definición de temas bandera y su vocería.
- ✓ Incorporación sistemática de comunidades, expertos y aliados.
- ✓ Construcción de un relato ambiental con impacto regional y nacional.

Resultado esperado: Mensajes reconocibles, coherentes y alineados con la misión ambiental de CORTOLIMA.

Productos y acciones

1. Agenda de vocería trimestral.
2. Participación en medios.
3. Participación en foros.
4. Participación en eventos de alto impacto.
5. Entrevistas trimestrales de la directora y subdirectores.
6. Columnas de opinión escritas y en video.
7. Intervenciones en foros que permitan posicionar los temas bandera.
8. Continuidad de escenarios de alto impacto como la Cumbre de los Andes.

COMPONENTE 3. ARQUITECTURA DE CONTENIDOS Y FORMATOS

Propósito: Organizar la producción y circulación de contenidos para garantizar continuidad, coherencia y sostenibilidad. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

Líneas de acción

- ✓ Arquitectura mínima de contenidos permanentes.
- ✓ Formatos diferenciados según público.
- ✓ Planeación para evitar periodos muertos.

Resultado esperado: Comunicación constante, ordenada y sostenible incluso en momentos de baja agenda institucional.

Acciones: Taller interno “Cómo contamos CORTOLIMA”

Enfoque:

- ✓ Qué información sirve.
- ✓ Cómo se convierte en contenido.
- ✓ Qué formato utilizar.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 15 de 19

COPIA CONTROLADA

Cronograma de contenidos: Ruta interna de activación de contenidos por canal:

- ✓ Facebook.
- ✓ Instagram.
- ✓ TikTok.
- ✓ Web.

Productos comunicativos

- ✓ Podcast MÁS ALLÁ DEL ESCRITORIO
- ✓ Serie “El territorio habla” Formatos: Video testimonial, Crónica breve, Foto-relato
- ✓ “CORTOLIMA explica”: Piezas pedagógicas cortas sobre temas ambientales clave.
Formatos: Video corto o Carrusel

COMPONENTE 4. LIDERAZGO Y VOCERÍA AMBIENTAL

Propósito: Fortalecer el rol de la dirección como referente ambiental y liderazgo narrativo, articulando el discurso técnico, político y pedagógico de CORTOLIMA. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

Líneas de acción

- ✓ Definición de temas estratégicos de gestión por subdirección.
- ✓ Preparación de mensajes clave y formatos propios.
- ✓ Presencia planificada en medios y escenarios técnicos.

Resultado esperado: Una vocería reconocida, coherente y alineada con el posicionamiento institucional.

Acción estratégica por subdirección. Identificar 2–3 temas estratégicos por subdirección, priorizando aquellos con mayor impacto:

- ✓ Ambiental.
- ✓ Técnico.
- ✓ Reputacional.

Estos temas deben alinearse con la narrativa institucional y los temas bandera.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 16 de 19

COPIA CONTROLADA

La comunicación debe pasar de simplemente acompañar la gestión a convertirse en el vehículo para posicionarla como liderazgo ambiental regional y nacional.

COMPONENTE 5. COMUNICACIÓN INTERNA Y CULTURA ORGANIZACIONAL

Propósito: Fortalecer la apropiación interna de la estrategia, entendiendo que no existe una comunicación externa sólida sin coherencia interna. PLAN DE COMUNICACIONES 2026.pdf

Líneas de acción

- ✓ Taller creativo interno para el equipo.
- ✓ Socialización periódica de la estrategia.
- ✓ Integración de las áreas técnicas al relato institucional.

Resultado esperado: Un equipo alineado, comprometido y consciente de su rol comunicativo.

Enfoque: La comunicación interna debe funcionar como un proceso de construcción de sentido en el que cada área reconozca su papel como actor comunicador.

La cercanía se refleja en la colaboración; la transparencia, en la circulación clara de información; y la eficiencia, en la articulación entre áreas técnicas y comunicativas.

7. INDICADORES

Los indicadores establecidos en el documento pueden organizarse de acuerdo con cada componente:

7.1. Posicionamiento institucional y legitimidad pública

- Número de apariciones en medios regionales y nacionales.
- Porcentaje de menciones con enfoque técnico-ambiental positivo.
- Número de relaciones activas con validadores, periodistas y líderes de opinión.
- Nivel de coherencia temática entre agenda institucional y agenda mediática.

7.2. Narrativa ambiental estratégica

- Número de contenidos alineados con temas bandera.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
	PLAN DE COMUNICACIONES	Versión: 03 Pág. 17 de 19

COPIA CONTROLADA

- Participación de actores externos en contenidos institucionales.
- Nivel de comprensión del mensaje mediante comentarios, retroalimentación y encuestas.
- Repetición y consistencia de mensajes clave.

7.3. Arquitectura de contenidos y formatos

- Frecuencia de publicación por canal.
- Número de formatos implementados de forma sistemática.
- Porcentaje de cumplimiento del calendario editorial.
- Alcance e interacción por tipo de formato.

7.4. Liderazgo y vocería ambiental

- Número de intervenciones públicas planificadas.
- Presencia de la directora en medios y eventos estratégicos.
- Coherencia entre mensajes institucionales y vocería.
- Reconocimiento de la vocería mediante encuestas o retroalimentación.

7.5. Comunicación interna y cultura organizacional

- Número de espacios internos de socialización estratégica.
- Participación del equipo en talleres creativos.
- Nivel de apropiación de los mantras estratégicos.
- Flujo de información entre áreas.

8. PLAN DE ACCIÓN (Anexo)

El Plan de Acción del presente Plan de Comunicaciones se desarrolla a través de la parrilla de contenidos, documento anexo que establece la planificación de las acciones comunicativas de la Corporación durante la vigencia 2026.

En estos instrumentos se definen los contenidos a desarrollar, los canales de difusión, la periodicidad de las publicaciones, los responsables de su ejecución y los tiempos previstos para cada actividad, permitiendo una adecuada organización de las estrategias de comunicación institucional.

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
		Versión: 03
	PLAN DE COMUNICACIONES	Pág. 18 de 19

COPIA CONTROLADA

La parrilla de contenidos constituye la guía clara para la producción y difusión de información en los diferentes medios y plataformas digitales de Cortolima, garantizando la coherencia de los mensajes, el cumplimiento de los objetivos del plan y el seguimiento permanente de las acciones implementadas. Asimismo, facilita el monitoreo y la evaluación de los resultados, permitiendo realizar ajustes oportunos que contribuyan a fortalecer el posicionamiento institucional y la relación con los diferentes públicos de interés.

9. FIRMAS

Evidencia de validación y/o aprobación del plan.

FECHA	VERSION	DESCRIPCION	RESPONSABLE
	00	Presentación en formato PDF publicada en la intranet	
	01	Se crea el plan de comunicaciones en la estructura estandarizada por el sistema	Claudia Alejandra Lozano Diaz y Daniela Zapata Triana
10/07/2026	02	Se actualiza el plan de comunicaciones con la vigencia 2025	Jefe de la oficina Relacionamento Institucional y profesional contratista
13/10/2026	03	Se actualiza el plan de comunicaciones con la vigencia 2025	Jefe de la oficina Relacionamento Institucional y profesional contratista

	RELACIONAMIENTO INSTITUCIONAL	Código: PL_RI_002
		Versión: 03
	PLAN DE COMUNICACIONES	Pág. 19 de 19

COPIA CONTROLADA

ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
Claudia Alejandra Lozano Diaz y Daniela Zapata Triana	Mesa temática	Comité Institucional de Gestión y Desempeño
Jefe de la oficina asesora de Relacionamiento Institucional y profesional contratista	Planeación institucional y direccionamiento estratégico	Dirección General
24/08/2026	27/08/2026	13/10/2026