

**UNIDAD DE SERVICIOS PENITENCIARIOS Y
CARCELARIOS - USPEC**

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2026

BOGOTÁ D.C. MARZO 2026

VERSIÓN 1.1



TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	3
2.	Contenido Del Plan o Programa	4
2.1	Contexto estratégico	4
2.2	Objetivo General	4
2.3	Objetivo General Público Externo	4
2.3.1	Objetivos Específicos para la comunicación externa	5
2.4	Objetivo General Público Interno	5
2.5	Normatividad	5
2.6	Contexto actual.....	6
2.7	Prospectiva de intervención cuatrienal	6
2.8	Plan de intervención para la vigencia 2026.....	6
2.8.1	Enfoque estrategico de campaña	8
2.9	Metas estrategicas en comunicaciones	8
2.10	Seguimiento	9
3.	Observaciones.....	10
4.	RESUMEN DE CAMBIOS	10

1. INTRODUCCIÓN

El presente Plan Estratégico de Comunicaciones – PEC, que regirá durante el año 2026, facilita el acceso a la información por los diferentes canales con los que cuenta la entidad, por medio de actividades de divulgación y socialización a través del desarrollo de Estrategias que faciliten el flujo de información, con el propósito de generar mayor reconocimiento de la entidad por parte de los ciudadanos, los entes de control, los familiares de las personas privadas de la libertad - PPL y toda la población interesada en la misionalidad de la entidad la cual propende por brindar servicios relacionados con infraestructura, alimentación, salud y bienes, relacionados con los servicios y logística penitenciaria y carcelaria para dignificar la vida de las personas que se encuentran pagando sus penas en los diferentes establecimientos de reclusión del orden nacional a cargo del INPEC.

En este sentido el presente documento vela porque la entidad cuente con mecanismos adecuados para divulgar información oportuna, confiable y transparente conforme al proceso GC-CA-001 Gestión de la Comunicación Institucional.

Cada una de las acciones realizadas por la entidad se divulgarán por medio de los diferentes canales dirigidos a la ciudadanía como redes sociales: Facebook, Instagram, X y TikTok, adicional de los canales digitales como Página Web. También se socializará con medios de comunicación – Free press, cualquier acción comunicativa que requiera visibilidad, relacionada con la gestión de la entidad ya sea entregas significativas de obras, material penitenciario, de seguridad, acciones en salud o alimentación, o en su caso, acciones aclaratorias de noticias varias que puedan atentar contra nuestra reputación y el buen actuar de la entidad.

2. CONTENIDO DEL PLAN O PROGRAMA

2.1 Contexto estratégico

Misión Institucional

"Gestionar y Administrar los recursos asignados para el suministro y mantenimiento de Infraestructura física y tecnológica, bienes y servicios que garanticen el funcionamiento del sistema penitenciario y carcelario, contribuyendo al cumplimiento de los derechos de la Población Privada de la Libertad a cargo del INPEC."

Visión Institucional

"La USPEC será reconocida por la eficiente y oportuna administración de los recursos asignados para garantizar el funcionamiento del sistema penitenciario y carcelario, aportando al cumplimiento de los componentes para la vida digna y la humanización en los establecimientos de reclusión del orden nacional."

2.2 Objetivo General

Diseñar y ejecutar el plan estratégico de comunicaciones de la Unidad de Servicios Penitenciarios y Carcelarios, orientado a fortalecer la comunicación pública, organizacional y mediática. El objetivo es encausar los mensajes institucionales de manera estratégica para apoyar el cumplimiento de los propósitos de la entidad, optimizando el uso de medios y canales, promoviendo información clara y sentido de pertenencia, y consolidando una imagen positiva tanto interna como externa. Así mismo, se impulsará la incorporación de nuevas herramientas y procesos de comunicación que dinamicen las interacciones, fomenten la participación y mejoren las prácticas comunicativas, garantizando transparencia y efectividad en la gestión.

2.2.1. Objetivos Específicos de la Estrategia de Comunicaciones

- 2.2.1.1 Garantizar la difusión de la información por los diferentes canales de comunicación institucionales y redes sociales.
- 2.2.1.2 Afianzar la publicación de información veraz y oportuna para el ejercicio de rendición de cuentas con el fin de solidificar la imagen institucional con foco en las redes sociales oficiales de la USPEC.
- 2.2.1.3 Implementar los procedimientos de comunicación con el fin de publicar de manera veraz y oportuna la información, garantizando su confiabilidad y usando las herramientas apropiadas para la comunicación.

2.3 Objetivo General Público Externo

Fortalecer los canales de información existentes con una estrategia de marketing de contenidos que visibilice las acciones que adelanta la entidad en pro de la Población Privada de la Libertad.

2.3.1 Objetivos Específicos para la comunicación externa

Construir el Plan de Comunicaciones, el cual se enfocará en estructurar y dar continuidad a las diferentes estrategias comunicativas implementadas en la entidad para dar a conocer la gestión de la USPEC a su público objetivo.

- Garantizar la difusión de la información por los diferentes canales de comunicación institucionales.
- Afianzar la publicación de información veraz y oportuna para el ejercicio de rendición de cuentas.
- Implementar los procedimientos de comunicación con el fin de publicar de manera veraz y oportuna la información, garantizando su confiabilidad y usando las herramientas apropiadas para la comunicación.
- Solidificar la imagen institucional con foco en las Redes sociales oficiales de La USPEC.

2.4 Objetivo General Público Interno

Generar sentido de pertenencia en el grupo de colaboradores y así lograr que se conviertan en aliados estratégicos del área de prensa, siendo multiplicadores de la información.

2.4.1 Objetivos Específicos para la comunicación Interna

Planear, coordinar e implementar estrategias enfocadas en consolidar la comunicación Institucional, por medio de mecanismos que permitan mejorar los flujos de información, la divulgación de la misión, visión, servicios y demás actividades institucionales a través de canales de comunicación efectivos, veraces y oportunos para funcionarios y contratistas.

2.5 Normatividad

Constitución Política de Colombia (Art. 20): fundamento del derecho a informar y recibir información veraz, clave para la transparencia estatal.

Ley 23 del 28 de enero de 1982: sobre derechos de autor, aplicable a contenidos producidos o difundidos.

Decreto 1499 del 11 de septiembre de 2017: por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015.

Decreto 1083 del 26 de mayo de 2015 por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Función Pública. *(y sus adiciones como el Decreto 415 de 2016): Establece lineamientos para la gestión pública y el fortalecimiento institucional en TIC.*

Decreto 199 del 20 de febrero de 2024: *Por el cual se establece el Plan de Austeridad del Gasto 2024 para los órganos que hacen parte del Presupuesto General de la Nación. Establece directrices de austeridad en el gasto público, impactando los presupuestos de comunicación.*

Directiva Presidencial N° 11 del 22 de noviembre de 2024: fortalecimiento de la divulgación de información pública a través del servicio público de radiodifusión sonora comunitaria y de televisión comunitaria. *Obliga a destinar recursos a medios alternativos (comunitarios, digitales) para campañas de interés público.*

2.6 Contexto actual

El nombre de la Entidad continúa en posicionamiento para ser reconocida en su misionalidad y objetivos. Procuramos en sinergia con gobierno, posicionar a la entidad como adscrita al Ministerio de Justicia y del Derecho responsable de gestionar y operar el suministro de servicios relacionados con infraestructura, alimentación, salud y bienes, logística penitenciaria y carcelaria para dignificar la vida de las personas que se encuentran pagando sus penas en los diferentes establecimientos de reclusión del orden nacional a cargo del INPEC. Aunque se ha venido realizando en las Redes Sociales oficiales de la entidad una tarea determinante para que la sociedad sepa qué es La USPEC, continuamos con la gestión de posicionar a La USPEC, dentro de su público objetivo.

2.7 Prospectiva de intervención cuatrienal

Tabla 1

Actividades programadas cuatrimestral de la Dirección General - Comunicaciones

Actividades	Ejecución interanual			
	2023	2024	2025	2026
1. Revista Gestión USPEC	25%	25%	25%	25%
2. Noticiero NotiUSPEC	25%	25%	25%	25%
3. Cápsulas de video	25%	25%	25%	25%
4. Publicaciones Externas	25%	25%	25%	25%
5. Publicaciones Internas	25%	25%	25%	25%
6. Apoyo y acompañamiento a eventos	25%	25%	25%	25%
7. Capacitaciones y socializaciones acciones comunicativas	25%	25%	25%	25%

Fuente: propia Dirección General - Comunicaciones

2.8 Plan de intervención para la vigencia 2026

Implementar cada una de las actividades programadas para la vigencia 2026.

Tabla 2

Actividades plan intervención vigencia 2026

Planes - Proyectos / Actividades		COMUNICACIONES EXTERNAS		
1.Revista Gestión USPEC	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
Elaboración de la Revista USPEC, en donde se socializa la gestión institucional de cada mes.	01-mar-2026	31-dic-2026	No. de revistas elaboradas y publicadas	Oficina de Prensa y Comunicaciones
2. Noticiero USPEC AL DÍA	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
Noticiero en formato video que se realizará semanalmente con las noticias más importantes de la gestión de la entidad.	01-mar-2026	31-dic-2026	No. de noticieros USPEC AL DÍA editados y publicados	Oficina de Prensa y Comunicaciones
3. Cápsulas de Video	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable

Realizar cápsulas en formato video (menos de 1 minuto), para dar a conocer los procesos administrativos de La USPEC.	01-mar-2026	31-dic-2026	No. de cápsulas de video editas y publicadas	Oficina de Prensa y Comunicaciones
4. Publicaciones externas	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
Incluye todas las publicaciones en las redes sociales Institucionales, la página web, boletines informativos y respuestas a medios de comunicación.	01-mar-2026	31-dic-2026	No. de acciones diseñadas, redactadas y publicadas en los canales de comunicación externa No. de nuevos seguidores en redes sociales oficiales	Oficina de Prensa y Comunicaciones
Planes - Proyectos / Actividades	COMUNICACIONES INTERNAS			
5. Publicaciones internas	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
- Comprende boletines internos, videos, publicaciones en pantallas socializadoras y por correo institucional. - Campañas institucionales.	01-ene-2026	31-dic-2026	No. de acciones diseñadas, redactadas y publicadas en los canales de comunicación interna	Oficina de Prensa y Comunicaciones
6. Apoyo y acompañamiento a eventos	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
Acompañamiento, registro fotográfico y audiovisual en eventos Institucionales o donde la Dirección General lo requiera y posterior publicación haciendo uso de los canales necesarios.	01-ene-2026	31-dic-2026	No. de apoyo y acompañamiento a eventos realizados según los requerimientos.	Oficina de Prensa y Comunicaciones
7. Capacitaciones y socializaciones acciones comunicativas	Fecha inicio	Fecha fin	Meta / Producto	Responsable
Realizar campañas de comunicación interna, con el propósito de fortalecer las relaciones interpersonales de funcionarios y contratistas y así generar un buen clima organizacional.	01 de abril hasta el 30 de junio	01 de septiembre hasta el 31 de diciembre	No. de campañas y capacitaciones de comunicación interna realizadas.	Oficina de Prensa y Comunicaciones

Fuente: propia Dirección General – Comunicaciones

2.8.1 Enfoque Estratégico de Campañas 2026

Campañas a implementar

Nombre de la campaña: #AVANZAMOSENINFRAESTRUCTURA

Objetivo: Mostrar con hechos concretos que la infraestructura penitenciaria y carcelaria del país está avanzando, a través de la difusión constante de obras entregadas, intervenciones ejecutadas y proyectos en curso, destacando el impacto real en las condiciones de habitabilidad, dignidad y funcionamiento del sistema.

Fecha inicio: enero

Fecha cierre: diciembre

Nombre de la campaña: #SALUDYALIMENTACIÓNDIGNA

Objetivo: Visibilizar las acciones, inversiones y gestiones adelantadas por la USPEC para garantizar el acceso efectivo a servicios de salud y a una alimentación digna para la población privada de la libertad, destacando su impacto en las condiciones de bienestar, habitabilidad y respeto por la dignidad humana dentro del sistema penitenciario y carcelario del país.

Fecha inicio: enero

Fecha cierre: diciembre

Nombre de la campaña: #CONDIGNIDADCUMPLIMOS

Objetivo: Destacar, a través de la estrategia de comunicación del gobierno Nacional #Con Dignidad Cumplimos, los avances y transformaciones logradas durante el actual Gobierno, posicionando la gestión institucional como una apuesta por la dignidad y el fortalecimiento del sistema penitenciario.

Fecha inicio: enero

Fecha cierre: agosto

2.9. Metas Estratégicas en Comunicaciones

En coherencia con la Misión y Visión Institucional, especialmente con el propósito de que la USPEC sea reconocida por la eficiente y oportuna administración de los recursos y por su aporte a la vida digna y la humanización del sistema penitenciario, el área de comunicaciones orientará su gestión hacia el cumplimiento de las siguientes metas estratégicas durante la vigencia 2026:

Metas esperadas en comunicaciones

1. Lograr la publicación y difusión del 100% de la información estratégica priorizada por la Entidad a través de los canales institucionales y redes sociales oficiales, garantizando tener más visibilidad a nivel nacional y que la sociedad y nuestro público objetivo identifique con claridad qué hace la USPEC.
2. Ser reconocida por la eficiente y oportuna administración de los recursos asignados para garantizar el funcionamiento del sistema penitenciario y carcelario, aportando al cumplimiento de los componentes para la vida digna y la humanización en los establecimientos de reclusión del orden nacional.
3. Generar sentido de pertenencia en el grupo de colaboradores y así lograr que se conviertan en aliados estratégicos del área de prensa, siendo multiplicadores de la información.

2.10 Seguimiento

Tabla

Implementación y seguimiento del PEC

Planes - Proyectos / Actividades	Indicador	Meta % 2026	Avance trimestral				Observaciones
			Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV	
1.Revista Gestión USPEC	No. de revistas elaboradas y publicadas	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones
2.Noticiero USPEC AL DÍA	No. de noticieros USPEC AL DÍA editados y publicados	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones
3.Cápsulas de video	No. de cápsulas de video editadas y publicadas	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones
4. Publicaciones Externas	No. de acciones diseñadas, redactadas y publicadas en los canales de comunicación externa No. de nuevos seguidores en redes sociales oficiales	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones
5. Publicaciones internas 4. Publicaciones Externas	No. de acciones diseñadas, redactadas y publicadas en los canales de comunicación interna	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones
6. Apoyo y acompañamiento a eventos y socializaciones acciones comunicativas	No. de apoyo y acompañamiento a eventos realizados según los requerimientos.	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones

7. Capacitaciones y socializaciones acciones comunicativas	No. de campañas y capacitaciones de comunicación interna realizadas.	100%	25%	25%	25%	25%	Observaciones

Fuente: propia Dirección General – Comunicaciones

3. Observaciones

- El lenguaje utilizado debe ser claro, conciso y prudente, de modo que se garantice la claridad del mensaje.
- En cuanto a la comunicación institucional, se seguirán las políticas de seguridad de la información, esto con respecto al uso de los correos electrónicos de la Entidad.
- Las piezas comunicativas contarán con imágenes que se relacionen con los temas tratados para mayor entendimiento y comprensión del mensaje.
- De acuerdo con el SIGI las comunicaciones internas llevarán el formato establecido (por área cumpliendo con los colores distintivos de cada una de estas) y para la comunicación externa, en el formato creado para tal fin; todos apoyados con imágenes si así se requieren.
- Se apoyará en la logística de divulgación de la Rendición de Cuentas Institucional.
- Se socializará por redes sociales la gestión institucional con el fin de cumplir con el rol informativo y a su vez dar a conocer la Entidad.
- Todos los resultados de gestión (entregas de nuevos cupos carcelarios, bienes y servicios, audiencias, y demás) serán divulgados a los medios de comunicación con el fin de que se publiquen por diferentes canales.

4. RESUMEN DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Numerales	Descripción de la modificación
Versiones anteriores	27/09/2023	6	Se actualizó íntegramente el documento según las acciones a revisar en la vigencia
	26/12/2023	4	Se actualizó íntegramente el documento según las acciones a revisar en la vigencia
	13/12/2024	3 y 4	Se actualizaron todas las fórmulas según las acciones a realizar en la vigencia y atendiendo a una solicitud del área de planeación, teniendo en cuenta que las fórmulas para calcular las metas por trimestre estaban mal planteadas.

Versión	Fecha	Numerales	Descripción de la modificación
1	11/12/2025	Todo el documento	Se alinea al GE-MA-003 MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DE DOCUMENTOS. Se incluye el objetivo general, la normatividad, se modifica la Prospectiva de intervención cuatrienal, las actividades del Plan de intervención para la vigencia 2026, y su seguimiento.
1.1	24/02/2026	Introducción, 2.8, 2.9	Se ajustó Introducción Objetivos específicos de la estrategia de comunicaciones se agregó un numeral, el 2.8.1 Enfoque estratégico de campañas 2026 y el numero 2.9. Metas estratégicas en comunicaciones y metas esperadas y se cambió el numeral de seguimiento por el 2.10

RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD		
Elaboró / Actualizó:	Revisó:	Aprobó:
Nombre: Luisa Fernanda Pérez Luna	Nombre: Yanneth Parra Angarita	Nombre: Luisa Fernanda Pérez Luna
Cargo: Jefe de prensa (Contratista)	Cargo: Técnico Operativo 10	Cargo: Jefe de prensa (Contratista)
Dependencia: Grupo de comunicaciones (Dirección General).	Dependencia: Dirección General	Dependencia: Grupo de Comunicaciones – Dirección General).