

PLAN DE COMUNICACIONES

Corporación Gilberto Echeverri Mejía

Vigencia 2026

+ (57) (4) 540 90 40 / 01 8000 413522

Edificio Estación Medellín - Ferrocarril de Antioquia
Carrera 52 n° 43 - 31, Oficinas 204 y 205, Medellín, Antioquia

www.corporaciongilbertoecheverri.gov.co



Fundación **epm**

Contenido

1. Contexto y marco normativo.....	3
Contexto institucional	3
Marco estratégico institucional.....	3
Misión.....	3
Visión	3
Principios institucionales.....	3
Valores institucionales.....	4
Dimensiones y componentes estratégicos	4
Marco normativo y de referencia.....	5
2. SITUACIÓN ACTUAL COMUNICACIONAL	5
Articulación con el Modelo MIPG.....	7
DOFA Comunicacional	7
3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos:.....	8
Tácticas	10

1. Contexto y marco normativo

Contexto institucional

La Corporación Gilberto Echeverri Mejía es una entidad descentralizada de la Gobernación de Antioquia, adscrita a la Secretaría de Educación y corazón de la política pública que garantiza el acceso y la permanencia en la educación terciaria del Departamento. Nace en 2013 con el respaldo de la Asamblea Departamental de Antioquia (Ordenanzas 01 y 44), consolidándose gracias a la suma de esfuerzos de sus socios fundadores: La Gobernación de Antioquia, la Fundación EPM y el Instituto para el Desarrollo de Antioquia (IDEA). Como Corporación de carácter mixto, asume el mandato de convertir la educación en el camino hacia un Departamento más equitativo y lleno de esperanza.

Marco estratégico institucional

Misión

Facilitar el acceso equitativo y la permanencia exitosa en la educación terciaria en Antioquia, en estrecha coordinación con el Estado, el sector productivo, la academia y la sociedad civil, con el propósito de impulsar el desarrollo integral del territorio, fortalecer el bienestar colectivo y formar talento humano cualificado que lidere y contribuya al progreso del departamento.

Visión

Para el año 2040, la Corporación Gilberto Echeverri Mejía será reconocida como una entidad líder en la promoción de la educación terciaria en Antioquia, por su aporte al fortalecimiento de un ecosistema educativo dinámico, flexible y equitativo, y por su papel como motor de desarrollo y progreso territorial.

Principios institucionales

Los principios institucionales constituyen el marco ético y operativo que orienta el comportamiento, la toma de decisiones y la actuación de la Corporación. Estos principios garantizan coherencia, calidad, legalidad y responsabilidad en el desarrollo de todas las actividades institucionales:

- Integridad Operativa
- Reconocimiento de la Diversidad
- Compromiso Proactivo
- Eficiencia Responsable
- Equidad Institucional

Valores institucionales

Los valores institucionales orientan la cultura organizacional y definen las conductas esperadas en la relación con servidores, colaboradores, beneficiarios y la ciudadanía en general. Estos valores son: Justicia, Honestidad, Respeto, Diligencia y Compromiso.

Dimensiones y componentes estratégicos

La gestión institucional de la Corporación se desarrolla de manera articulada con Instituciones de Educación Superior, organizaciones educativas, administraciones municipales, el sector productivo, las familias y la ciudadanía, a partir de cuatro dimensiones estratégicas que permiten integrar acciones y estrategias para el cumplimiento de los objetivos misionales:

Dimensión 1. Promoción del acceso a educación terciaria.

Comprende estrategias de preparación para el acceso a cualquier nivel de formación en educación terciaria, incluyendo el trabajo con los estudiantes de la educación básica y media y con otros grupos poblacionales de interés. En este componente se busca integrar los conocimientos de los beneficiarios con sus intereses y prácticas, con el fin de estimular y favorecer el tránsito a educación terciaria.

Componente 1. Articulación con la educación básica, secundaria y media: garantiza que los participantes estén preparados para integrarse a las dinámicas de formación y aprendizaje.

Dimensión 2. Estrategias para garantizar trayectorias educativas completas.

Implica la ejecución de estrategias destinadas a asegurar el éxito en la conclusión de procesos educativos y de formación en la educación terciaria. Estas estrategias se enfocan en potenciar habilidades y conocimientos, fortalecer la capacidad de autogestión y resolución de problemas, así como fomentar un compromiso efectivo con el proceso educativo. El propósito fundamental de este componente es proporcionar herramientas que ayuden a mitigar el impacto de las barreras económicas, sociales y personales que podrían obstaculizar el avance de los estudiantes a lo largo de su proceso de formación en educación terciaria.

Componente 1. Orientación y Asesoramiento.

Componente 2. Apoyo Financiero.

Componente 3. Formación Académica y Fortalecimiento de Habilidades

Dimensión 3. Fortalecimiento territorial e impulso a la ciencia, la tecnología y la innovación.

Engloba las estrategias de vinculación territorial que se ejecutan en las comunidades, con el propósito de fomentar dinámicas productivas, económicas y sociales mediante la interacción entre la sociedad, el sector productivo y la formación de la población en educación terciaria. La finalidad de este componente es aportar al desarrollo de procesos técnicos, científicos y de innovación, sirviendo como vehículo para la materialización de la transferencia social de conocimiento.

Componente 1. Fortalecimiento Territorial

Componente 2. Fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Dimensión 4. Fortalecimiento de la gestión institucional.

Establece estrategias de vinculación entre las diferentes dependencias de la entidad con el objetivo de fortalecer tanto la operación como la gestión institucional. Este enfoque busca promover la colaboración efectiva entre las distintas áreas, impulsando una sinergia que contribuya a optimizar los procesos internos y a fortalecer la eficiencia global de la entidad.

Componentes: Gestión Interinstitucional, Administrativa y Financiera, Comunicacional, Servicio al Ciudadano, Planeación Institucional, Evaluación y Control y Gestión TIC.

Marco normativo y de referencia

El Plan de Comunicaciones 2026 se formula en cumplimiento y articulación con:

- Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG
- Formulario Único de Reporte de Avance de la Gestión – FURAG
- Ley 1712 de 2014 – Transparencia y Acceso a la Información Pública
- Ley 1757 de 2015 – Participación Ciudadana
- CONPES 3654 de 2010 – Rendición de cuentas
- Lineamientos de Gobierno Abierto

2. SITUACIÓN ACTUAL COMUNICACIONAL

Durante 12 años de trayectoria, la Corporación Gilberto Echeverri Mejía ha acompañado a más de 60.000 antioqueños que han transformado su proyecto de vida a través de la educación, consolidándose como un actor clave en la promoción del acceso y la permanencia en la educación terciaria en el departamento. Este impacto ha sido posible gracias a la implementación de programas y proyectos misionales, así como al establecimiento de alianzas estratégicas con administraciones municipales, el gobierno departamental, instituciones de educación terciaria y diversos actores del sector público y privado.

La labor comunicacional de la Corporación se sustenta en la convicción de que la educación es una herramienta fundamental para la movilidad social y el desarrollo territorial. En este sentido, la Corporación no se concibe únicamente como una entidad administrativa, sino como un puente que articula los sueños, capacidades y expectativas de los antioqueños con las oportunidades educativas, productivas y sociales que ofrece cada subregión.

No obstante, el crecimiento y la diversificación de los programas, así como la ampliación del alcance territorial, plantean retos comunicacionales que requieren ser abordados desde una perspectiva estratégica e integral. Entre los principales desafíos se encuentra la necesidad de fortalecer y ampliar las redes colaborativas con actores del ecosistema educativo, productivo y social, de manera que la comunicación contribuya a una articulación más efectiva y coherente de los esfuerzos institucionales.

Asimismo, se identifica la importancia de profundizar la presencia institucional en las subregiones de Antioquia, garantizando una comunicación cercana, pertinente y contextualizada que reconozca las particularidades regionales y los enfoques diferenciales. Esto implica no solo llegar a más municipios, sino fortalecer el relacionamiento con los públicos de interés —jóvenes, familias, comunidades educativas, aliados estratégicos y ciudadanía en general— a través de canales bidireccionales que promuevan la escucha activa, el diálogo y la construcción de confianza.

Adicionalmente, la Corporación enfrenta el desafío de fortalecer su presencia y reconocimiento institucional en el departamento, asegurando coherencia en los mensajes, claridad en la comunicación de su oferta, alcances y límites, y una mayor visibilidad del impacto generado por sus programas. En este contexto, la comunicación se consolida como un eje estratégico para posicionar a la Corporación como referente en educación terciaria, transparencia y desarrollo territorial, contribuyendo al cumplimiento de su misión y al fortalecimiento de su legitimidad pública.

Gestión de la comunicación interna y externa

La Oficina de Comunicaciones y Relaciones Corporativas enfrenta el desafío de equilibrar de manera estratégica la comunicación interna y externa, garantizando, por un lado, el fortalecimiento de la cultura organizacional basada en los valores y principios institucionales y, por otro, la proyección coherente de la marca, la visibilización del impacto misional y la promoción de la participación ciudadana. Este equilibrio exige una planeación diferenciada, la optimización de recursos y la articulación de estrategias complementarias que aseguren coherencia institucional y pertinencia territorial.

Canales de comunicación doble vía

La transición hacia un modelo de comunicación bidireccional implica superar enfoques unidireccionales y fortalecer la escucha activa, el diálogo y la interacción con los públicos de interés. Este reto demanda la creación y fortalecimiento de canales que faciliten la retroalimentación, la capacitación del equipo institucional en habilidades comunicativas y la implementación de mecanismos claros para sistematizar, analizar y responder oportunamente a las percepciones, inquietudes y aportes ciudadanos.

Gestión de la Transparencia y Rendición de Cuentas

La Corporación debe fortalecer sus capacidades para comunicar la gestión institucional de manera clara, accesible y comprensible, promoviendo el ejercicio efectivo del derecho a la información pública. Esto implica el diseño de formatos pedagógicos y multicanal, la comunicación permanente de resultados, alcances y límites institucionales, y la implementación de mecanismos de rendición de cuentas que incentiven la participación ciudadana, fortalezcan la confianza y consoliden la legitimidad institucional en las subregiones.

Articulación con el Modelo MIPG

El desarrollo de una comunicación colectiva implica fomentar la participación activa de los equipos internos, los aliados estratégicos y las comunidades de las regiones en la construcción de mensajes y narrativas institucionales. Este reto supone crear espacios efectivos de co-creación, reconocer la diversidad de voces y contextos territoriales, y mantener al mismo tiempo la coherencia, claridad y unidad del mensaje institucional, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la apropiación social de la gestión de la Corporación.

Esta tarea requiere de una participación sostenida y articulada de los miembros de la corporación, además de la destinación de los recursos técnicos y humanos adecuados.

DOFA Comunicacional

Debilidades	Oportunidades
• Canales de comunicación Unidireccionales. • Falta de planeación de acciones comunicacionales diferenciales en los proyectos. • Página web con limitaciones en desarrollo, rendimiento y dependencia de plugins.	• Aumento del Interés ciudadano en educación terciaria y superior. • Uso de formato digitales y narrativas juveniles con gran alcance. • La entidad es referente académico y social sobre los procesos de educación terciaria y superior. • El rol de la entidad como facilitadora y protectora del proceso educativo, enfocándose en asegurar no solo el acceso sino también la permanencia y de los estudiantes. • Enfoque en procesos formativos que hagan parte del proyecto de vida de los estudiantes.
Fortalezas	Amenazas
• Reconocimiento institucional en las regiones. • Estrategias consolidadas de acompañamiento. • Relación de confianza con las comunidades educativas. • Equipo con presencia en municipios de todas las subregiones. • Alianzas estratégicas con actores educativos.	• Narrativas que desvalorizan los procesos educativos de formación técnica/profesional. • Desinformación en redes sociales. • Saturación informativa. • Saturación de información en canales digitales que compite con los mensajes institucionales

• Liderazgo y participación en mesas sectoriales que potencian la visibilidad institucional. • Efectividad en la comunicación de resultados e impacto de los programas • Sistema de vocería institucional bien estructurado.	
--	--

3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La Estrategia Comunicacional 2026 de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía se orienta a consolidar la comunicación como un eje transversal de la gestión institucional, que articula la cultura organizacional, el posicionamiento territorial, la presencia digital y la transparencia, en coherencia con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG y los principios de la comunicación pública¹.

Objetivo general

Fortalecer la comunicación institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía para consolidar la cultura organizacional, el relacionamiento con los públicos de interés, la transparencia y el posicionamiento territorial, mediante estrategias participativas y alineadas con el MIPG.

Objetivos específicos:

- Fortalecer la comunicación interna para promover la apropiación de los valores institucionales y el sentido de pertenencia mediante acciones planificadas de información, diálogo y retroalimentación.
- Actualizar la imagen institucional para garantizar coherencia visual y narrativa mediante la implementación progresiva del rediseño de identidad corporativa.
- Posicionar a la Corporación en las subregiones para visibilizar su oferta e impacto mediante estrategias de comunicación territorial y transmedia.
- Fortalecer la presencia digital para ampliar el alcance y la interacción ciudadana mediante la gestión estratégica de redes sociales y la actualización del sitio web.
- Garantizar la transparencia y la rendición de cuentas para fortalecer la confianza ciudadana mediante ejercicios participativos de comunicación pública.

Es importante recalcar que el Plan de Comunicaciones 2026 está alineado con los objetivos estratégicos institucionales de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía, evidenciando cómo las acciones y componentes comunicacionales aportan de manera transversal al cumplimiento de la misión, al fortalecimiento de la

¹ Para conocer el detalle táctico de la estrategia puede consultar el anexo técnico Plan Comunicaciones 2026

gestión institucional y al posicionamiento territorial. Esta alineación permite que la comunicación funcione como un habilitador estratégico de la planeación, la transparencia y el relacionamiento con los públicos de interés, en coherencia con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG.

Matriz de articulación Dimensiones Institucionales y Plan de Comunicaciones

Dimensión estratégica institucional	Objetivo estratégico institucional	Objetivo del Plan de Comunicaciones asociado	Componente de comunicación	Contribución estratégica
Dimensión 1. Promoción del acceso a la educación terciaria	Promover el acceso equitativo a la educación terciaria para jóvenes del departamento de Antioquia.	Posicionar a la Corporación en las subregiones y fortalecer la presencia digital para divulgar la oferta institucional.	Comunicación externa y territorial / Presencia digital	Facilita el conocimiento de programas, rutas de acceso y beneficios, fortaleciendo la toma de decisiones informadas de jóvenes y familias.
Dimensión 2. Garantía de trayectorias educativas completas	Asegurar la permanencia y culminación exitosa de los procesos de formación en educación terciaria.	Fortalecer la presencia digital y los contenidos informativos dirigidos a beneficiarios y comunidades educativas.	Presencia digital y gestión de contenidos	Refuerza el acompañamiento institucional, la difusión oportuna de apoyos y el sentido de pertenencia de los beneficiarios.
Dimensión 3. Fortalecimiento territorial e impulso a la ciencia, la tecnología y la innovación	Impulsar el desarrollo territorial mediante la articulación entre educación terciaria, sector productivo y comunidades.	Posicionar institucionalmente a la Corporación en el departamento mediante estrategias comunicativas con enfoque regional.	Comunicación territorial y colectiva	Visibiliza el impacto de la educación terciaria en el desarrollo local y promueve la apropiación social del conocimiento.
Dimensión 4. Fortalecimiento de la gestión institucional	Optimizar los procesos internos, la eficiencia administrativa y la transparencia institucional.	Fortalecer la comunicación interna y la cultura organizacional basada en valores y principios institucionales.	Comunicación interna	Mejora la articulación entre dependencias, fortalece el sentido de pertenencia y apoya el logro de los objetivos institucionales.

Dimensión estratégica institucional	Objetivo estratégico institucional	Objetivo del Plan de Comunicaciones asociado	Componente de comunicación	Contribución estratégica
Dimensión 4. Fortalecimiento de la gestión institucional	Garantizar una gestión transparente y orientada al servicio al ciudadano.	Implementar estrategias de rendición de cuentas y participación ciudadana.	Transparencia y comunicación pública	Consolida la confianza ciudadana, el acceso a la información pública y el ejercicio del control social.
Dimensión 4. Fortalecimiento de la gestión institucional	Consolidar la identidad y el posicionamiento institucional.	Actualizar y fortalecer la imagen institucional de la Corporación.	Identidad e imagen institucional	Asegura coherencia visual y narrativa, fortaleciendo el reconocimiento y la legitimidad institucional.

Tácticas

En el ámbito interno, la estrategia prioriza el fortalecimiento de la gestión institucional y la cultura organizacional, mediante el rediseño y actualización progresiva de la imagen institucional, garantizando coherencia visual, claridad en los mensajes y apropiación por parte de los equipos de trabajo. De manera complementaria, se implementan acciones permanentes de comunicación interna orientadas a promover los valores y principios institucionales, fortalecer el sentido de pertenencia y propiciar espacios de diálogo, reconocimiento y participación del talento humano, a través de campañas, boletines, encuentros institucionales y mecanismos de retroalimentación.

En el componente externo, la estrategia se enfoca en el posicionamiento de la Corporación en las subregiones de Antioquia, mediante la promoción permanente de la marca y el despliegue de acciones comunicativas en los municipios donde la corporación tiene presencia y que visibilicen el impacto de los programas y proyectos misionales. A través de estrategias como *Proyécta T* y el uso de boletines transmedia, la comunicación se convierte en un puente para fortalecer el relacionamiento con comunidades, aliados estratégicos y públicos de interés, reconociendo las particularidades territoriales y promoviendo una narrativa cercana, pedagógica y pertinente.

La presencia digital constituye un eje estratégico para ampliar el alcance institucional y fortalecer la interacción con las juventudes y la ciudadanía. La estrategia contempla la gestión articulada de redes sociales, la planificación trimestral de contenidos, la producción de formatos audiovisuales innovadores — como videopodcast y series testimoniales— y el fortalecimiento del ecosistema digital institucional mediante el rediseño y actualización permanente del sitio web, garantizando accesibilidad, pertinencia y lenguaje claro.

Finalmente, la estrategia incorpora de manera transversal la transparencia, la participación ciudadana y la rendición de cuentas, entendidas como pilares de la confianza y la legitimidad institucional. A través de audiencias públicas, la Semana de la Transparencia, piezas pedagógicas y la sistematización de los ejercicios de rendición de cuentas, la Corporación promueve el acceso a la información pública, el diálogo con la ciudadanía y la evaluación permanente de su gestión. A continuación, se presenta una tabla resumen:

Objetivos específicos y tácticas asociadas

Objetivo específico	Tácticas asociadas
Fortalecer la comunicación interna para promover la apropiación de los valores institucionales y el sentido de pertenencia	• Boletín interno institucional • Estrategia <i>Dialoguemos</i> (espacios de diálogo interno) • Campaña <i>CorpoGEM: Nuestra esencia</i> • Conmemoración de fechas especiales • Actualización de carteleras físicas y virtuales • Encuestas de satisfacción de comunicación interna
Actualizar la imagen institucional para garantizar coherencia visual y narrativa	• Diagnóstico de imagen institucional • Diseño y desarrollo del rediseño de identidad corporativa • Aplicación del cronograma de actualización de imagen en piezas y canales
Posicionar a la Corporación en las subregiones para visibilizar su oferta e impacto	• Estrategia <i>Proyéctate</i> en las regiones • Promoción permanente de la marca institucional • Calendario de actividades territoriales • Boletín transmedia para públicos externos
Fortalecer la presencia digital para ampliar el alcance y la interacción ciudadana	• Gestión estratégica de redes sociales institucionales • Planner trimestral de contenidos digitales • Producción de serie de videopodcast sobre educación terciaria • Producción de serie testimonial de becarios • Diagnóstico, rediseño y actualización permanente del sitio web
Garantizar la transparencia y la rendición de cuentas para fortalecer la confianza ciudadana	• Audiencia Pública de Rendición de Cuentas • Semana de la Transparencia • Producción de piezas pedagógicas de rendición de cuentas • Gestión de información en web y redes sociales • Documento de sistematización y evaluación de ejercicios de rendición de cuentas

El Plan de Comunicaciones 2026 consolida la comunicación como un eje estratégico de la gestión institucional de la Corporación Gilberto Echeverri Mejía, articulado a su misión, a los objetivos estratégicos y a los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG. La estrategia planteada fortalece la cultura organizacional, el posicionamiento territorial, la presencia digital y la transparencia, respondiendo a los retos identificados en el diagnóstico comunicacional.

La implementación de este plan permitirá avanzar hacia una comunicación más cercana, participativa y bidireccional, que reconozca las particularidades de las regiones y fortalezca el relacionamiento con los públicos de interés. Su ejecución requerirá el compromiso articulado de todas las áreas de la entidad y el seguimiento permanente a los resultados, garantizando que la comunicación continúe siendo una herramienta clave para el desarrollo educativo y la legitimidad institucional en Antioquia.