



# PLAN DE COMUNICACIONES CLUB MILITAR 2024



**Club Militar**  
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 2 de 20

## TABLA DE CONTENIDO

OBJETIVO	3
OBJETIVO ESPECIFICOS	3
ALCANCE	3
REFERENCIA	4
GLOSARIO	5
CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES	6
ANEXOS	14
CONTROL DE CAMBIOS	15
VALIDACIÓN DE FIRMAS	15
ANEXO 1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES – COMUNICACIONES EXTERNAS	16
ANEXO 2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES – COMUNICACIONES INTERNAS	17



## OBJETIVO

Consolidar un Plan de Comunicaciones que complemente adecuadamente los objetivos y las metas del Club Militar, entendiendo la importancia de informar acerca de las campañas, actividades, decisiones y programas en beneficio de nuestros socios, beneficiarios e invitados, contribuyendo así al posicionamiento de la entidad, tanto en el nivel interno como externo.

## OBJETIVO ESPECÍFICOS

1. Visibilizar la misión del Club Militar por medio del relacionamiento estratégico con los clientes internos y externos, manteniendo un flujo de información constante, destacando los resultados administrativos y operativos de las áreas misionales.
2. Fortalecer la comunicación interna que vincule asertivamente a los clientes con el mensaje institucional, evitando la desinformación e incrementando el sentido de pertenencia institucional.
3. Posicionar, consolidar y fortalecer los medios de comunicación institucional con contenidos de calidad, divulgando oportunamente cada una de las actividades que desarrollan los hombres y mujeres del Club Militar para cumplir con la misión institucional.

## ALCANCE

El Plan de Comunicaciones 2024 contempla un trabajo permanente de prensa, tanto en la página Web como en las redes sociales (Facebook, X, Instagram, Threads y YouTube), y otros canales de comunicación, tales como emisoras institucionales y medios de Comunicación Interna; además de correos masivos, WhatsApp y SMS (según contrato con plataforma), lo que implica una labor de consecución, redacción, y producción de informaciones de interés con destino a los socios y funcionarios de la entidad que inicia con la determinación de piezas comunicacionales para eventos de interés y su divulgación, previa aprobación de la Dirección General o Subdirección General.

Lo anterior significa una actividad constante en la consecución de contenidos informativos generados por las tres sedes y las diversas áreas operativas y administrativas del Club.

## REFERENCIA

En lo que respecta a las entidades públicas o al Estado, en general, este o aquellas están obligadas a informar a los ciudadanos acerca de sus realizaciones, decisiones o programas que les afecte. Por lo tanto, el Club Militar, como entidad adscrita al Ministerio de Defensa, debe cumplir con dicha obligación. La Constitución Política de Colombia contempla el derecho de los ciudadanos a informar y ser informados. (Artículo 20 CN).



Club Militar  
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 4 de 20

**Ley 1712 de 2014:** Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de acceso a la información pública nacional, y se dictan otras disposiciones. Herramienta normativa que regula el ejercicio del derecho fundamental de acceso a la información pública en Colombia.

La comunicación debe estar enmarcada de acuerdo con lo establecido en la Directiva Presidencial No. 03 del 29 de mayo de 2023, la Guía del Sistema Gráfico (G-SA-01) y la Circular Presidencial 01 de 2019.

**Política Integral de Comunicación Pública Estratégica para el Sector Defensa, del 3 de abril de 2013:** Las políticas deben ser entendidas como orientaciones o directrices que rigen la actuación de una persona o entidad en un asunto o campo determinado.

La Política de Comunicación del Ministerio de Defensa y las instituciones adscritas, brinda lineamientos en el ámbito de la comunicación sobre los cuales se estructuran y toman decisiones que permiten la consolidación de la credibilidad y reputación del Sector, haciendo evidente la cultura, creencias y expectativas propias del Sector, pues va más allá de plantear el paso a paso de un proceso.

Al ser una política, el documento establece los parámetros, contiene los criterios generales y el marco de referencia para el desarrollo de los procesos de comunicación dentro de cada institución, de acuerdo con el objetivo particular y las actividades puntuales que se desprendan del mismo, y de cada una de ellas con el Ministerio, buscando que las decisiones tomadas contribuyan al cumplimiento de logros institucionales, facilitando el desarrollo e implementación de planes y acciones acordes a las necesidades particulares.

**Modelo integrado de Planeación y Gestión (MIPG):** El Proceso Estratégico se encuentra inmerso en el nuevo Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) en la Dimensión Información y Comunicación, dado que la información y comunicación en las entidades públicas son una dimensión “articuladora” de las demás, puesto que “permiten a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión” (Dirección de Gestión y Desempeño Institucional – Departamento Administrativo de la Función Pública, 2017, p. 26).

La Información y comunicación constituye un enfoque transversal respecto a los otros componentes del Modelo, y en esta medida amplía y profundiza en el uso y aprovechamiento de la información dentro de los procesos internos y externos del Club Militar, tales como la toma de decisiones y la interacción con los ciudadanos, usuarios y otros actores sociales.

**Constitución Política de Colombia.** Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.



Como referencias normativas internas de la entidad, las dependencias e interesados se ajustarán a lo dispuesto en:

- Política Editorial de Publicaciones y Comunicaciones.
- Manual de Comunicaciones.
- Guía manejo redes sociales.

## GLOSARIO

**Canal de comunicación:** Espacio o escenario a través del cual se emite un mensaje y se da la posibilidad de interactuar, estableciendo un contacto directo entre el emisor del mensaje y los receptores del mismo.

**Comunicación Interna:** Es el conjunto de datos que se originan del ejercicio de la función de la entidad y se difunden en su interior, para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad.

Este tipo de comunicación está dirigida al usuario interno, funcionario público o contratista que hace parte de la entidad y conlleva a implementar estrategias de manera coordinada al interior de la entidad, promoviendo la participación en el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutan y en muchos casos se visibilizan al exterior.

**Comunicación externa:** Hace referencia a todos los datos que provienen o son generados por el cliente y/o usuario externo. Es a través de la cual la organización está en contacto directo con la ciudadanía (socios), los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otros organismos; o en contacto indirecto pero que afecta su desempeño, como el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico, entre otros.

Es decir, es la vinculación de la entidad con su entorno, con el objetivo de posicionar la imagen institucional y alcanzar un alto nivel de reconocimiento de acuerdo con la gestión que realiza en el día a día, proyectándose como una entidad líder.

**Comunicación digital:** es el intercambio de información y conocimiento haciendo uso de las herramientas digitales disponibles, puestas a nuestra disposición por la investigación y desarrollo tecnológico. Es fundamental conocer sus intereses y necesidades, interpretando sus opiniones en los diferentes canales de comunicación (redes sociales, página web, correos).

**Comunicado de prensa:** información de interés periodístico dirigido a los medios de comunicación. Tanto en su estructura como en su lenguaje, debe seguir los principios del periodismo en cuanto a claridad, brevedad, precisión, sencillez, interés y fluidez.



Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 6 de 20

**Correos masivos:** es un mensaje casi idéntico que se envía a numerosos destinatarios. El correo electrónico masivo requiere un software especial de email masivo que toma cada dirección de correo electrónico individual de esa lista de correo electrónico masivo, y envía un mensaje a cada dirección email.

**Información pública:** es la información generada por el sector público o que sea de naturaleza pública que es puesta a disposición de la ciudadanía a través de varios medios.

**Redes sociales:** la información y el lenguaje en las mismas responderán a las políticas editoriales del Manual de Comunicaciones y se ceñirá siempre a los principios de distribución efectiva y veraz, respeto por el usuario, oportunidad y contenidos.

**Socios o grupos de interés:** Son las partes interesadas, con las cuales se establece un flujo de comunicación.

**SMS:** Se considera envío de SMS masivo cuando se realizan múltiples envíos de mensajes de texto a la vez, en una sola operación. A diferencia de los envíos individuales, que se realizan desde el propio móvil, los SMS masivos se efectúan desde plataformas especializadas.

**WhatsApp:** es una aplicación y red social que en la actualidad es propiedad de Facebook, es posible descargarla de forma gratuita, permite enviar mensajes, realizar llamadas y video llamadas a través de la conexión a Internet que posee el teléfono móvil de la persona usuaria.

## CRONOGRAMA DE LAS ACTIVIDADES

Nº	Descripción	Evidencia	Responsable	Inicio de la Actividad	Termino de la Actividad
1.	<b>Café con el director</b> Comunicación directa con socios, asociaciones o entidades que los reúna. Charla del director hacia socios interesados	Comunicaciones realizará una nota informativa, con fotografías del encuentro, que será divulgada en página web y redes sociales.	Socios	Bimestral	Bimestral
2.	<b>Día de la mujer</b> Saludo a nuestras socias y funcionarias	Afiche conmemorativo y video de saludo	Comunicaciones y Talento Humano	8 de marzo	30 de marzo
3.	<b>Día del hombre</b> Saludo a nuestros socios	Afiche conmemorativo	Comunicaciones y	19 de marzo	30 de marzo



	y funcionarios		Talento Humano		
4.	<b>Semana Santa</b> Celebración litúrgica para los socios y familias.	Afiches dinámicos, videos y transmisión en directo de algunas de las principales actividades, además de publicaciones en redes sociales y página web	Comunicaciones y las sedes	24 al 31 de marzo	10 de abril
5.	<b>Día del niño</b> Celebración para los pequeños socios	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración.	Comunicaciones y las sedes	27 de abril	5 de mayo
6.	<b>Día de la secretaria</b>	Tarjeta	Talento Humano y Comunicaciones	26 de abril	5 de mayo
8.	<b>Audiencia Pública de Rendición de Cuentas</b> Participación de socios, funcionarios y grupos de interés	Campaña informativa que comienza un mes antes de la Audiencia para invitar a los interesados a participar. Página web, y redes sociales. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Transmisión en directo vía streaming. Informe resumen acerca de la marcha de la Audiencia en página web, redes sociales.	Todas las áreas del Club	25 de abril	10 de mayo
7.	<b>Día de la madre</b> Celebración para socias y familias	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación	Mercadeo, comunicaciones y sedes	12 de mayo Sedes Principal y Las Mercedes 19 de mayo (optativo)	30 de mayo Sedes Principal y Las Mercedes 30 de mayo



Club Militar  
Actitud, Perseverancia y Pasión!  
Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 8 de 20

				Sede Sochagota	Sede Sochagota
9.	<b>Aniversario del Club Militar</b> Celebración para socios y familias	Afiche conmemorativo; video saludo institucional y elaboración logo.	Mercadeo, sedes, socios y comunicaciones	13 de junio	30 de junio
10.	<b>Día del Padre</b> Celebración para socios y familias	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación	Mercadeo, sedes y Comunicaciones	16 de junio	30 de junio
11.	<b>Aniversario Sede Sochagota</b> Celebración para socios y familias	Afiche conmemorativo y video saludo de la Sra coordinadora para página web y redes sociales.	Sede Sochagota, Comunicaciones	20 de junio	30 de junio
12.	<b>Fiestas de San Pedro</b> Celebración para socios y familias	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración.	Sede Las Mercedes, Comunicaciones	28 de junio al 1 de julio	15 de julio
13.	<b>Día del héroe de la Nación</b> Saludo con ocasión de la fecha patria.	Afiche conmemorativo en página web y redes sociales.	Comunicaciones	19 de julio	30 de julio
14.	<b>Grito de la Independencia (20 de julio)</b> Saludo con ocasión de la fecha patria.	Afiche conmemorativo en página web y redes sociales.	Comunicaciones	20 de julio	30 de julio
15.	<b>Día de la Armada Nacional</b> Saludo del Club en esta fecha conmemorativa.	Afiche conmemorativo y video de saludo. Página web y redes sociales.	Comunicaciones y subdirección	24 de julio	5 de agosto



16.	<b>Batalla de Boyacá-Día del Ejército</b> Saludo en esta fecha conmemorativa.	Afiche conmemorativo y video de saludo. Página web y redes sociales.	Comunicaciones y subdirección	7 de agosto	20 de agosto
17.	<b>Día del amor y la amistad</b> Celebración socios y familias	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Divulgación a través de emisoras y medios institucionales.	Mercadeo, sedes y Comunicaciones	21 de septiembre	30 de septiembre
18.	<b>Aniversario Sede Las Mercedes</b> Celebración para socios y familias.	Afiche conmemorativo y video saludo de la sra coordinadora para página web y redes sociales.	Sede Las Mercedes, Comunicaciones	1 de octubre	15 de noviembre
19.	<b>Día del veterano</b> Saludo en esta fecha conmemorativa.	Afiche conmemorativo en página web y redes sociales.	Comunicaciones	10 de octubre	20 de noviembre
20.	<b>Halloween adultos.</b>	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Divulgación a través de emisoras y medios institucionales.	Mercadeo, sedes y comunicaciones	26 de octubre	20 de noviembre
21.	<b>Fiesta de disfraces niños</b> Celebración para hijos y nietos de los socios	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración.	Mercadeo, sedes y comunicaciones Comunicaciones	27 de octubre	20 de noviembre



22.	<b>Día de la Policía</b> Saludo en esta fecha conmemorativa.	Afiche conmemorativo y video de saludo. Página web y redes sociales.	Comunicaciones y subdirección	5 de noviembre	20 de noviembre
23.	<b>Día de la Fuerza Aeroespacial</b> Saludo en esta fecha conmemorativa.	Afiche conmemorativo y video de saludo. Página web y redes sociales.	Comunicaciones y subdirección	8 de noviembre	25 de noviembre
24.	<b>Noche de velitas</b> Saludo de la tradición militar y policial.	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Divulgación a través de emisoras y medios institucionales.	Mercadeo, sedes y Comunicaciones	7 de diciembre	25 de diciembre
25.	<b>Novena de Navidad</b> Celebración para socios, familias y funcionarios.	Afiches invitacionales en página web y redes sociales. Transmisiones en directo desde la Sede Principal.	Todas las áreas del Club, Comunicaciones	16 al 24 de diciembre	31 de diciembre
26.	<b>Fiesta de Navidad</b> Celebración para socios, familias e invitados.	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración. Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Divulgación a través de emisoras y medios institucionales.	Mercadeo, sedes y Comunicaciones	24 de diciembre	31 de diciembre
27.	<b>Cena de San Silvestre</b> Celebración para socios, familias e invitados.	Afiches dinámicos invitacionales, información en página web y redes sociales; y transmisión en directo de momentos de la celebración.	Mercadeo, sedes y Comunicaciones	31 de diciembre	5 de enero



		Envío SMS o WhatsApp a socios con invitación. Divulgación a través de emisoras y medios institucionales.			
--	--	---	--	--	--

Ver: Anexo 1 y Anexo 2

**NOTA:** El Plan se difundirá a través de los canales institucionales tanto al cliente interno como al cliente externo, cumpliendo los siguientes parámetros:

De conformidad con la misión del Club Militar, y en paralelo con los objetivos y estrategias institucionales del Plan Derivado 2024.

Contempla actividades que se ajusten a la realidad, capacidad, tiempos y condiciones de sus líneas de negocios en las sedes Principal, Las Mercedes y Sochagota.

Se entiende que las actividades mensuales o semanales que organizan las Sedes en beneficio de los Socios y beneficiarios, en las líneas de Alimentos y Bebidas A&B; Recreación y Deportes; Alojamiento y, eventos, no se precisan en este plan, debido a que no son programadas con anticipación, sino que surgen del accionar de cada una de las sedes, durante el año.

Es de estricto cumplimiento en los términos de tiempo que determina cada sede, de acuerdo con sus necesidades, y de revisión permanente por el Grupo Gestión del Socio, y cuando se considere necesario, por la Subdirección o Dirección generales.

El Plan deberá desarrollarse durante el período de su vigencia con la divulgación de las actividades, decisiones o programas del Club para beneficio de los socios o beneficiarios, y en cumplimiento de su misión institucional, y para ello hará uso de los canales institucionales y de los mecanismos creados para tal fin.

El Plan está enfocado en desarrollar mensajes a través de los canales de comunicación propios que visibilicen el esfuerzo de los directivos y funcionarios en los diferentes escenarios, publicando permanentemente resultados operacionales, informes administrativos, actividades, decisiones que afecten o interesen tanto al cliente interno como externo.

Trimestralmente y cuatrimestralmente se elaborarán informes de redes sociales y de las actividades más relevantes como, por ejemplo: Semana Santa, Día de la Madre, Audiencia Pública, etcétera, realizadas con destino al Grupo de Gestión al Socio, y, de allí pasan a Control Interno para su revisión. Sin embargo, la mejor y contundente evidencia de la labor realizada es, sin duda alguna, la publicación permanente en los canales de comunicación del



Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 12 de 20

Club, de las actividades realizadas en cada una de las Sedes para bienestar de los socios, así como de las decisiones y proyectos de los directivos de la entidad para dar cumplimiento a la misión institucional.

La Subdirección General es la encargada de liderar y articular la estructuración del Plan de Comunicaciones 2024, así mismo de revisar su cumplimiento y avance. Sin embargo, la responsabilidad de suministrar la información al área de comunicaciones estratégicas, para la divulgación de las diferentes actividades, decisiones y/o proyectos de interés para los socios, serán: la Dirección General, la Subdirección General y, los Coordinadores de los Grupos de Gestión.

### Responsabilidades del área de comunicaciones estratégicas

Generar una actitud positiva del cliente externo hacia el Club Militar de manera que ese resultado se convierta en factor multiplicador y caja de resonancia favorable hacia las actividades de la entidad.

N°	Descripción	Instrucciones
1	Visibilizar las actividades, decisiones, y gestiones del Club Militar.	Publicar permanentemente los resultados operacionales y administrativos, así como las actividades, gestiones y decisiones positivas en beneficio de los clientes externo e interno
		Redactar y publicar notas periodísticas que incluyan cifras estadísticas e informaciones con temas de interés para el cliente externo e interno, que redunden en beneficio de la imagen del Club Militar.
		Posibilitar la comunicación del cliente externo con el Club a través de las redes sociales, de manera que puedan formular inquietudes en torno a temas puntuales como horarios, servicios y necesidades de información inmediata
2	Fortalecer el mensaje institucional desde las diferentes líneas de negocio, para impactar favorablemente en el cliente externo e interno.	Realizar acercamientos con grupos de socios a través de mecanismos como el “Café con el director”, con el fin de que conozcan de primera mano las gestiones que desarrolla la Dirección del Club en los frentes administrativo y operativo para cumplir con la misión de la entidad.
3.	Aprovechar los canales de comunicación de entidades tanto del GSED como del sector Defensa para replicar	Visibilizar las actividades de interés del Club Militar, incrementando la presencia y participación en otros canales de comunicación del sector.  Generar contenidos informativos de interés para el Club en los canales de comunicación propios y del sector.



Club Militar  
¡Actitud, Perseverancia y Pasión!

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 13 de 20

	información de interés institucional.	Generar contenidos informativos de interés para el Club en los canales de comunicación propios y del sector.
4.	Establecer y mantener buenas relaciones con periodistas de medios de comunicación privados, de manera que se puedan aprovechar en determinadas circunstancias para difundir información de interés público relacionado con el Club Militar.	En lo posible esta tarea deberá ser cumplida por el área de Comunicaciones, como complemento de las actividades propias, velando por la buena imagen de la Entidad.
5.	Coordinar alianzas estratégicas con homólogos y enlaces de comunicaciones de las entidades gubernamentales que forman parte del GSED.	Definir las informaciones originadas por el Club que son también de interés para otras entidades del sector.  Facilitar espacios de participación en los medios institucionales públicos.
6.	Fortalecer la comunicación interna que vincule asertivamente al cliente interno con el mensaje institucional de Actitud, Perseverancia y Pasión, evitando desinformación y buscando el sentido de pertenencia institucional.	

Mantener constantemente comunicados a los clientes internos sobre la gestión del cumplimiento de la misión, suministrando información que genere pertenencia institucional y compromiso con la entidad y con su función frente al cliente externo.

1.	Generar y promover mensajes dirigidos al cliente interno que fortalezcan la cultura e identidad institucional, reforzando el sentido de pertenencia y el lema Actitud, Perseverancia y Pasión, a través de campañas donde el cliente interno se identifique con el mensaje.
2.	Diseñar campañas dirigidas a sensibilizar al cliente interno sobre la preservación de la imagen institucional, mediante el correcto uso de las redes sociales personales.
3.	Gestionar la información de contenidos provenientes de las diversas áreas del Club, con destino al cliente interno, para visibilizar los logros institucionales.
4.	Evaluar el nivel de aceptación de la información y canales de comunicación interna a través de la aplicación de encuestas internas.
5.	Posicionar el correo personal como el canal de comunicación interna y oficial del Club, mediante la gestión de la Grupo de Gestión de Talento Humano.



Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7f62-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 14 de 20

- |           |   |
|-----------|---|
| <b>6.</b> | Gestionar el conocimiento de los Manuales de Comunicaciones e Identidad Corporativa para socializar que el proceso de comunicación es transversal a las distintas áreas del Club. |
|-----------|---|

Promover el conocimiento de los Manuales de Comunicación e Identidad Corporativa para unificar criterios en el diseño y la elaboración de los mensajes internos y externos del Club.

- |           |   |
|-----------|---|
| <b>1.</b> | Actualizar permanentemente el Manual de Comunicaciones e Identidad Corporativa que establezcan las directrices, tanto de la imagen corporativa, como los estándares para la producción de comunicaciones escritas y visuales con una unidad de mensaje. |
| <b>2.</b> | Posicionar la marca Club Militar para el cliente externo e interno, donde se vean reflejados los valores inherentes a la entidad, estandarizando la línea de mensaje.   |

Los medios de comunicación institucionales desempeñan una labor informativa para los clientes internos y externos y por ello es necesario un esfuerzo sostenido para incrementar audiencias y credibilidad, siendo fundamentales la inmediatez y la veracidad bajo una óptica de responsabilidad institucional.

- |           |  |
|-----------|--|
| <b>1.</b> | La página web debe mantenerse actualizada con las informaciones de actividades, decisiones o programas que impacten al cliente externo o interno |
| <b>2.</b> | De igual manera las redes sociales del Club deberán actualizarse permanentemente para mantener audiencias cautivas.                              |

## ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades – Comunicaciones externas

Anexo 2: Cronograma de actividades - Comunicaciones internas

## CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA DEL CAMBIO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
2.	01-07-2022	Actualización de plan por la vigencia
3.	09-05-2023	Se ajusta validación de firmas teniendo en cuenta flujo de AZ Digital, Se actualiza presentación y se diseña tabla de contenido del documento.
4.	01-04-2024	Se ajusta validación de firmas teniendo en cuenta flujo de AZ Digital, Se actualiza presentación y se diseña tabla de contenido del documento.

**VALIDACIÓN DE FIRMAS**

	NOMBRE	CARGO
<b>ELABORÓ:</b>	Mónica Isabel Arévalo Cardozo	Community Manager
<b>REVISÓ</b>	Yudyett Astrid Pulido Guevara	Sistemas Integrados de Gestión – OAP.
<b>APROBÓ:</b>	TC (RA) Jorge Élmer Calderón Bermúdez	Grupo de Gestión del Socio
	CN (RA) David Tadeo Piña Sabahg	Jefe Oficina Asesora de Planeación
	Doctor Edgardo Muñoz Chegwin	Jefe Oficina Asesora Jurídica.
	Coronel John Fredy Ubaque Rodríguez	Subdirector General del Club Militar.
<b>FIRMANTE:</b>	Vicealmirante (RA) Jorge Iván Gómez Bejarano	Director General del Club Militar. (E)




Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7d2-32742824  
2024-04-23T23:40:04-05:00 - Página 15 de 20

OBJETIVO	ALCANCE
----------	---------

Consolidar un Plan de Comunicaciones que complemente adecuadamente los objetivos y las metas del Club Militar, entendiendo la importancia de informar acerca de las campañas, actividades, decisiones y programas en beneficio de nuestros socios, beneficiarios e invitados, contribuyendo así al posicionamiento de la entidad, tanto en el nivel interno como externo.

El Plan de Comunicaciones 2024 contempla un trabajo permanente de prensa, tanto en la página Web como en las redes sociales (Facebook, X, Instagram, Threads y YouTube), y otros canales de comunicación, tales como emisoras institucionales y medios de Comunicación Interna; además de correos masivos, WhatsApp y SMS (según contrato con plataforma), lo que implica una labor de consecución, redacción, y producción de informaciones de interés con destino a los socios y funcionarios de la entidad que inicia con la determinación de piezas comunicacionales para eventos de interés y su divulgación, previa aprobación de la Dirección General o Subdirección General.

Lo anterior significa una actividad constante en la consecución de contenidos informativos generados por las tres sedes y las diversas áreas operativas y administrativas del Club

ACTIVIDAD	FECHA DE INICIO Y FIN DE LA ACTIVIDAD	OBJETIVO DE COMUNICACIÓN	PÚBLICO OBJETIVO / AUDIENCIA A QUIEN QUIERE IMPACTAR CON ESTA ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN	RELACIÓN DE PIEZAS CON ESPECIFICACIONES TÉCNICAS Y CANTIDADES	CANTIDAD	MEDIO DE DIFUSIÓN	EJECUTADO MES / FECHA. DESCRIPCIÓN BREVE DE LA ACTIVIDAD	MES DE LA ACTIVIDAD														
								ENE	FEB	MA	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC			
1	Boletín Clumi	Bimestral.	Informar a los funcionarios sobre las actividades, decisiones y hechos de interés con relación a la entidad.	Funcionarios en general.	Boletín informativo	6	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones		X		X		X		X		X				
2	Día de la mujer	8 de marzo	Celebrar este día a nuestras funcionarias	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones			X											
3	Día del hombre	19 de marzo	Celebración a nuestros funcionarios	Funcionarios en general.	Afiche		Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones			X											
4	Día del Niño. 24 de abril	26 de abril.	Celebrar con los niños de los funcionarios	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones				X										
5	Día de la secretaria	26 de abril	Honrar a nuestras mujeres que cumplen esa labor	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones				X										
6	Día de la Madre. 10 de mayo	10 de mayo (optativo)	Celebrar a nuestras funcionarias este día especial	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones					X									
7	Audiencia de Rendición de Cuentas. Fecha por definir en el mes de mayo eventualmente.	Un mes antes de su programación debe hacerse la convocatoria a través de la página web y redes sociales.	Cumplir con la normativa exigida por el gobierno nacional.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Todos los funcionarios del Club					X									
8	Aniversario del Club	13 de junio	Celebrar con nuestros hombres y mujeres esta fecha.	Funcionarios en general.	Afiche	1		Talento Humano y Comunicaciones						X								
9	Día del Padre. 14 de junio	14 de junio (optativo)	El objetivo es continuar la tradición de homenajar al padre.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones					X									
10	Día del Amor y la amistad.	20 de septiembre (optativo)	Celebrar con los hombres y mujeres que laboran en el Club	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones								X						
11	Fiesta disfraces niños.	20-30 de octubre (optativo el día)	Celebrar con los hijos de nuestros funcionarios	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones										X				
12	Halloween.	20-30 de octubre (optativo el día)	Compartir con los hombres y mujeres este día	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones											X			
13	Noche de Velitas. 7 de diciembre	7 de diciembre	Celebración de la tradicional fiesta, la más concurrida en la agenda del Club, en los últimos años.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Todas las áreas de la Entidad														X
14	Navidad. 24 de diciembre.	24 de diciembre	Commemoración nacimiento de Jesús.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones														X
15	Novena de Navidad.	16-24 de diciembre	Celebración de las novenas de aguinaldos en las Sedes del Club.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones														X
16	Año nuevo.	31 de diciembre	Celebración del último día del año.	Funcionarios en general.	Afiche	1	Correos personales	Talento Humano y Comunicaciones														X



**Club Militar**  
Actividad, Permanencia y Pasión!

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4b7f62-32742824  
2024-04-23 23:40:04-05:00 - Página 16 de 20



# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

CM-DET-PL-03 PLAN DE COMUNICACIONES 2024. - 12042024

- firmas

**Club Militar**

gestionado por: [azsign.com.co](http://azsign.com.co)



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240412-192244-4bf7d2-32742824

Creación: 2024-04-12 19:22:44

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-04-23 23:40:02

## Aprobación: Jefe Oficina Asesora de Planeación

CN(RA) DAVID PINA SABAHG

72135451

[dsabahg@clubmilitar.gov.co](mailto:dsabahg@clubmilitar.gov.co)

Coordinador Grupo Gestión Administrativa

CLUB MILITAR

## Aprobación: Grupo de Gestión del Socio

Jorge Elmer Calderon

4466045

[jecalderon@clubmilitar.gov.co](mailto:jecalderon@clubmilitar.gov.co)

Coordinador grupo Misional Socios

Club Militar

## Revisión: Sistemas Integrados de Gestión ? OAP

Yudyett Pulido

52915896

[yapulido@clubmilitar.gov.co](mailto:yapulido@clubmilitar.gov.co)

## Elaboración: Community Manager

Mónica Isabel Arévalo Cardozo

51813416

[marevalo@clubmilitar.gov.co](mailto:marevalo@clubmilitar.gov.co)

Community Manager

Club Militar



**Club Militar**  
Actualización y Firma

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4bf7d2-32742824  
2024-04-23 23:40:02 - Página 18 de 20

# REGISTRO DE FIRMAS ELECTRONICAS

CM-DET-PL-03 PLAN DE COMUNICACIONES 2024. - 12042024

- firmas

**Club Militar**

gestionado por: [azsign.com.co](https://azsign.com.co)



Escanee el código para verificación

Id Acuerdo: 20240412-192244-4bf7d2-32742824

Creación: 2024-04-12 19:22:44

Estado: Finalizado

Finalización: 2024-04-23 23:40:02

**Firma: Director General del Club Militar. (E)**

Vicealmirante (R) Jorge Iván Gómez Bejarano

73129769

[asistentedireccion@clubmilitar.gov.co](mailto:asistentedireccion@clubmilitar.gov.co)

Director General (E)

Club Militar

**Aprobación: Subdirector General del Club Militar.**

CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ

1111

[asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co](mailto:asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co)

Subdirector General

**Aprobación: Jefe Oficina Asesora Jurídica.**

Edgardo Muñoz Chegwin

79408386

[emunoz@clubmilitar.gov.co](mailto:emunoz@clubmilitar.gov.co)

Jefe Oficina Asesora Jurídica

CLUB MILITAR



**Club Militar**  
Actual, Preciso y Seguro

Firmado Electrónicamente con AZSign  
Acuerdo: 20240412-192244-4bf7d2-32742824  
2024-04-23 23:40:02 - Página 19 de 20



## REPORTE DE TRAZABILIDAD

CM-DET-PL-03 PLAN DE COMUNICACIONES 2024. - 12042024

- firmas

**Club Militar**

gestionado por: azsign.com.co



Id Acuerdo:20240412-192244-4bf7d2-32742824

Creación:2024-04-12 19:22:44

Estado:Finalizado

Finalización:2024-04-23 23:40:02

Escanee el código  
para verificación

TRAMITE	PARTICIPANTE	ESTADO	ENVIO, LECTURA Y RESPUESTA
Elaboración	Mónica Isabel Arévalo Cardozo marevalo@clubmilitar.gov.co Community Manager Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-04-12 19:22:44 Lec.: 2024-04-12 19:34:50 Res.: 2024-04-12 19:35:37 IP Res.: 186.154.32.156
Revisión	Yudyett Pulido yapulido@clubmilitar.gov.co	Aprobado	Env.: 2024-04-12 19:35:37 Lec.: 2024-04-15 09:23:44 Res.: 2024-04-17 15:49:54 IP Res.: 200.91.249.34
Aprobación	Jorge Elmer Calderon jecalderon@clubmilitar.gov.co Coordinador grupo Misional Socios Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-04-17 15:49:54 Lec.: 2024-04-17 16:04:13 Res.: 2024-04-17 16:04:20 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	CN(RA) DAVID PIÑA SABAHG dsabahg@clubmilitar.gov.co Coordinador Grupo Gestión Administrativa CLUB MILITAR	Aprobado	Env.: 2024-04-17 16:04:20 Lec.: 2024-04-21 15:17:11 Res.: 2024-04-21 15:20:19 IP Res.: 38.172.32.158
Aprobación	Edgardo Muñoz Chegwin emunoz@clubmilitar.gov.co Jefe Oficina Asesora Jurídica CLUB MILITAR	Aprobado	Env.: 2024-04-21 15:20:19 Lec.: 2024-04-22 11:33:21 Res.: 2024-04-22 11:35:20 IP Res.: 200.91.222.50
Aprobación	CORONEL JOHN FREDY UBAQUE RODRÍGUEZ asistentesubdireccion@clubmilitar.gov.co Subdirector General	Aprobado	Env.: 2024-04-22 11:35:20 Lec.: 2024-04-22 12:00:01 Res.: 2024-04-23 12:03:49 IP Res.: 191.156.224.64
Firma	Vicealmirante (R) Jorge Iván Gómez Be asistentedireccion@clubmilitar.gov.co Director General (E) Club Militar	Aprobado	Env.: 2024-04-23 12:03:49 Lec.: 2024-04-23 18:38:25 Res.: 2024-04-23 23:40:02 IP Res.: 186.30.48.82