



**El futuro  
es de todos**

**Unidad para la atención  
y reparación integral  
a las víctimas**

## **PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES - PEC**

**UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS**

**OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES**

**BOGOTÁ, D.C., MAYO 2020**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción</b>	3
<b>Estructura Organizacional</b>	4
<b>Definiciones</b>	6
<b>Normatividad</b>	7
Marco Normativo	7
<b>Sobre la Unidad</b>	8
Misión	8
Visión	8
Enfoque estratégico	8
Objetivos estratégicos	8
<b>Proceso estratégico de comunicaciones</b>	10
Contexto estratégico	10
Política de comunicaciones	12
Alcance	12
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
Públicos de interés	13
Canales de comunicación	14
Equipos transversales de apoyo	16
Estrategias por líneas de acción	16
Metas e indicadores plan de acción	21
Seguimiento y control de actividades	23
<b>Anexos</b>	24

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es de carácter estratégico, transversal e integrador y está encaminada hacia la consolidación de la identidad, la imagen corporativa y la cultura de la información de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas-UARIV. En esta medida, la comunicación, es una dimensión fundamental por cuanto permite que la Entidad interactúe con el entorno, desarrolle su misionalidad y tenga una relación más cercana con las víctimas y la ciudadanía en general, que se beneficia de su quehacer diario y es la razón del logro de sus objetivos.

La Unidad para las Víctimas como parte de la sociedad, tiene una necesidad constante de interacción y comunicación con todos aquellos actores que la rodean, puesto que con ellos se produce un intercambio de significados a partir de diálogo sobre la realidad social. Así, la Entidad puede definir su accionar y funcionamiento a partir de las relaciones y comunicaciones que éstos tienen en un marco espacio-temporal, es decir, en un determinado contexto.

Teniendo en cuenta lo anterior, el Plan Estratégico de Comunicaciones- PECO de la Unidad para las Víctimas, permitirá que se implementen acciones que contribuyan con la divulgación de los temas misionales de la Entidad, en materia de derechos humanos, convivencia, participación, cultura ciudadana, construcción de comunidad, gobernabilidad local, y atención integral a las víctimas, la ciudadanía en general y a la opinión pública.

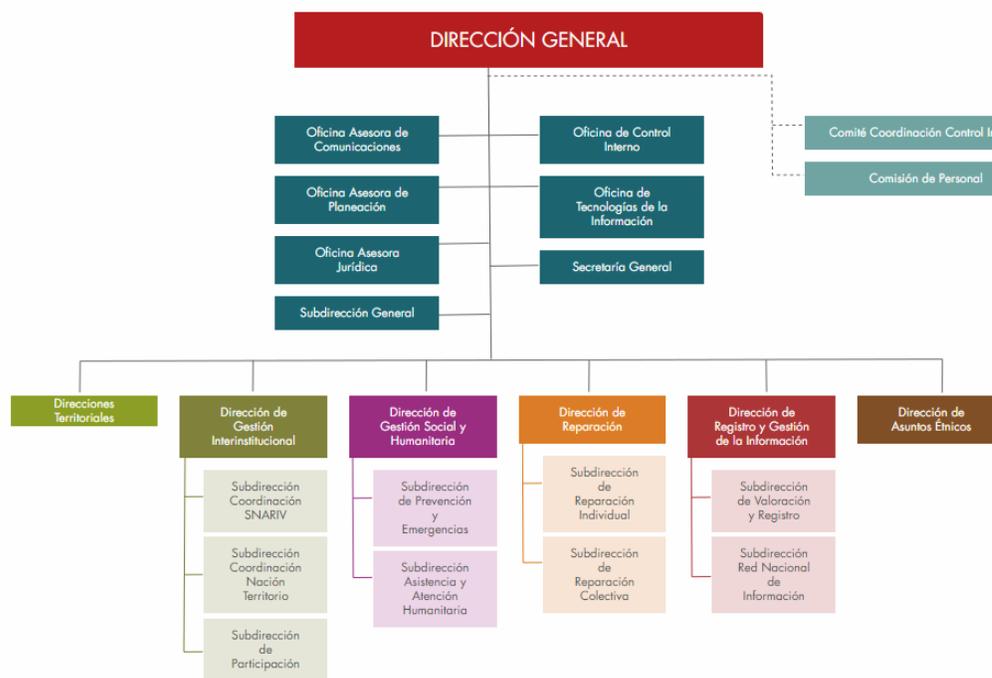
Por tal motivo, el desarrollo de las estrategias comunicativas permitirá brindar apoyo fundamental a los proyectos y acciones en beneficio de las víctimas que lidera la Unidad para las Víctimas, con el fin de contribuir al cumplimiento de sus objetivos estratégicos y difusión de sus logros para conocimiento interno y externo de la Entidad.

En consecuencia, este PEC permitirá empoderar a los ciudadanos en la medida en que estos pueden acceder a la información relacionada directamente con las políticas, planes, programas, proyectos, acciones, trámites y/o servicios que ofrece la Unidad para las Víctimas, así como las actividades desarrolladas por las demás Entidades del Sector y las Direcciones Territoriales, permitiendo generar control social de los temas que se adelantan en el mismo.

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El Decreto 4802 de 2011 establece la estructura de la Unidad Administrativa Especial para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, donde se crea la Oficina Asesora de Comunicaciones –OAC- junto con otras dependencias encaminadas a consolidar el accionar de la Entidad.

Dentro de la estructura organizacional, la Oficina Asesora de Comunicaciones se encuentra adscrita directamente a la Dirección General, tal y como se ilustra en el Organigrama de la entidad



Fuente: Página Web Unidad para las Víctimas

<https://www.unidadvictimas.gov.co/es/quienes-somos/organigrama/40647>

Como dependencia clave para el funcionamiento de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene a cargo el ejercicio de las siguientes funciones (Artículo 11, Decreto 4802 de 2011):

1. Generar estrategias de comunicación y efectuar la divulgación permanente de las políticas y de la oferta institucional y la forma de acceder a ellas, en materia de atención, asistencia y reparación integral, hacia el público en general y hacia las víctimas en particular, en coordinación con la Unidad de Gestión de Restitución de Tierras Despojadas, cuando a ello hubiere lugar.

2. Participar en el diseño e implementación de la estrategia general de comunicaciones en Derechos Humanos y Derecho Internacional Humanitario conforme al artículo 149 de la Ley 1448 y las normas que lo modifiquen, adicionen o reglamenten.
3. Asesorar al Director General en la formulación, implementación y evaluación del plan estratégico de comunicaciones de la entidad.
4. Asesorar a todas las dependencias de la Unidad, en la gestión de comunicaciones internas.
5. Asistir al Director General en la promoción y posicionamiento de la imagen institucional.
6. Asesorar en el diseño y desarrollo de contenidos y estrategias de comunicación dirigidos a la comunidad y en particular a los destinatarios de los programas de la Unidad.
7. Liderar las relaciones de la Unidad con los medios de comunicaciones locales, regionales, nacionales e internacionales.
8. Apoyar la logística de los eventos institucionales.
9. Implementar el sistema de comunicaciones internas y el desarrollo de los contenidos de la intranet y la Web, de manera eficiente, en coordinación con las dependencias de la Unidad.
10. Apoyar la implementación y sostenibilidad del Sistema de Gestión Institucional y sus componentes.
11. Atender las peticiones y consultas relacionadas con asuntos de su competencia.
12. Coordinar los programas de comunicaciones y divulgación con las dependencias de la Unidad.
13. Apoyar acciones tendientes a fortalecer la cultura corporativa en temas relacionados con la misión y los objetivos institucionales.
14. Las demás funciones asignadas que correspondan a la naturaleza de la Dependencia.

## DEFINICIONES

**Canales de comunicación:** son el soporte que transmite la información desde el emisor, que es quien la envía, hasta el receptor, que es quien la recibe.

En la Oficina Asesora de Comunicaciones se encuentran las siguientes:

**Comunicación con víctimas:** línea de acción que desarrolla sus actividades entorno a la creación de puentes de comunicación con la población afectada por el conflicto armado y sus familias, con el fin de dar a conocer las acciones realizadas por la Unidad y recoger las inquietudes relacionadas con el proceso de atención, asistencia y reparación integral.

**Comunicación externa (divulgación y prensa):** línea de acción que tiene como objetivo informar de manera oportuna y coherente a los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales las acciones que adelanta el Gobierno Nacional para atender y reparar integralmente a las víctimas del conflicto armado.

**Comunicación interinstitucional:** línea de acción que tiene como objetivo visibilizar los logros alcanzados por el Sistema Nacional para la Atención y Reparación a las Víctimas (SNARIV), a nivel nacional y territorial, con el fin de visibilizar las acciones de las entidades vinculadas y dar a conocer su oferta a las personas y comunidades afectadas por el conflicto.

**Comunicación interna:** Línea de acción que tiene como objetivo informar y divulgar las acciones y misionalidad de la Unidad al interior de esta, con el fin de contribuir al fortalecimiento del clima organizacional y la toma de decisiones.

**Plan estratégico:** es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo nos proponemos conseguirlo.

**Públicos de interés:** personas, organizaciones o instituciones que se relacionan con las actividades y decisiones de la entidad.

**Líneas de acción:** equipos de comunicación especializados en el desarrollo de contenido que actúa de acuerdo con los escenarios de acción y los públicos de interés.

## NORMATIVIDAD

- Manual Operativo MIPG 5ª Dimensión: Información y Comunicación.
- Manual de Gobierno en Línea.
- Ley 1448 de 2011.
- Ley 1712 de 2014.

### Marco Normativo

Ley 1448 de 2011 “Por la cual se dictan medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas del conflicto armado interno y se dictan otras disposiciones.”

Decreto 4802 de 2011 “Por la cual se establece la estructura de la Unidad Administrativa Especial para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas.”

Las demás normas específicas relacionadas con el proceso de comunicación estratégica se encuentran en el Normograma institucional publicado en la página web

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

## **SOBRE LA UNIDAD**

### **Plataforma Estratégica**

La Plataforma Estratégica de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, permite establecer los lineamientos mediante los cuales la Entidad desarrolla su quehacer y cumple las funciones que tiene a cargo en el sector. Esto se encuentra establecido en Resolución 0569 del 16 de junio de 2017, por la cual se adopta el Sistema Integrado de Gestión de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas y en la Resolución 1093 del 17 de Octubre de 2017, por la cual se adopta el Manual del Sistema Integrado de Gestión de Calidad en su versión 6.0, que permiten garantizar la efectividad y asegurar que los servicios son conformes con los requisitos de las partes interesadas y se desarrollan bajo principios de responsabilidad social, calidad y autocontrol, la Unidad está documentando e implementando el Sistema Integrado de Gestión cuyas directrices, políticas y objetivos se socializan a través de la Página Web y la Intranet.

### **Misión**

Liderar acciones del Estado y la sociedad para atender y reparar integralmente a las víctimas, para contribuir a la inclusión social y la paz.

### **Visión**

En el 2021, habremos logrado que las víctimas reparadas integralmente ejerzan su ciudadanía y aporten en la consolidación de la paz como resultado de la gestión efectiva y coordinada de la Unidad con los demás actores del Sistema.

### **Enfoque estratégico**

Acercar el Estado a las víctimas mediante coordinación eficiente y acciones transformadoras que promuevan la participación efectiva de las víctimas en su proceso de reparación.

### **Objetivos estratégicos**

1. Trabajar conjuntamente con las víctimas en el proceso de reparación integral para la reconstrucción y transformación de sus proyectos de vida.

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

2. Acercar el Estado a las víctimas para brindarles una oferta pertinente, eficaz, sostenible y oportuna.
3. Definir con las entidades territoriales la implementación de la Ley 1448/11, sus Decretos reglamentarios y los Decretos Ley.
4. Vincular de manera activa a la sociedad civil y a la comunidad internacional en los procesos de reparación integral a las víctimas del conflicto.
5. Fortalecer la cultura de confianza, colaboración e innovación para garantizar una atención digna, respetuosa y diferencial.

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
**01 8000 91 11 19** - Bogotá: **426 11 11**

Sede administrativa:  
**Carrera 85D No. 46A-65**  
**Complejo Logístico San Cayetano** - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

## PROCESO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

La Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas cuenta con un Proceso “Comunicación Estratégica” que tiene por Objetivo “Brindar acompañamiento a todas las dependencias y divulgar a través de los diferentes medios de comunicación tanto internos como externos la información institucional y de interés, hacia las diferentes partes interesadas, contribuyendo a la imagen institucional y la difusión de la gestión”.

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 Comunicación Estratégica en la Unidad, inicia con la definición de lineamientos generales, la consolidación de la imagen institucional de la entidad, el acompañamiento a las áreas y promoción de información hacia las partes interesadas, aplicando los controles e identificando los posibles riesgos frente al uso de los medios de comunicación y finaliza realizando la formulación, implementación y el seguimiento a posibles acciones de mejoramiento continuo.

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 de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, tales como la toma de decisiones y la construcción de políticas públicas, además de la interacción con los ciudadanos, víctimas y otros actores sociales.

### Contexto estratégico

El desarrollo de la actividad estratégica en la Unidad tiene en cuenta el contexto en el cual se desarrolla la actividad entendiendo los factores tales como el lugar geográfico donde se establece la Unidad, el marco normativo y los comportamientos y necesidades de la población víctima.

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

Igualmente, se elaboró un documento de diagnóstico con Metodología DOFA a través de una Matriz que permitió la identificación de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que tiene la UARIV, en torno a su articulación interinstitucional y relación con los objetivos propuestos por el actual Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.

<b>ANÁLISIS DOFA</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
	1. La oficina cuenta con talento humano calificado en las diferentes actividades y periodistas integrales en cada pilar, capaces de generar contenido novedoso, con alta capacidad creativa que atienden todas las necesidades comunicacionales de la Unidad.	1. Las otras áreas no envían la información a tiempo o con la debida aprobación y revisión.
	2. La Oficina ha logrado mayor visibilización y articulación con los otros procesos.	2. En las regiones el tema de comunicaciones esta en un segundo plano.
	3. Las reuniones de seguimiento han logrado organizar los cronogramas de los pilares y sus actividades.	3. Debido al trabajo de minuto a minuto en redes se puede afectar el desempeño.
	4. Creación de nuevos productos en cada pilar, que han reforzado todo el proceso de comunicación.	4. Ausencia de piezas comunicativas para posicionamiento de imagen y difusión.
	5. La oficina ha logrado canalizar la imagen de todas las piezas comunicativas existentes.	
<b>Oportunidades</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
1. Gran cobertura a partir de los nuevos productos y canales desarrollados.	(1-2) Los periodistas integrales y con alta capacidad creativa, gestionaran mediante el trabajo de free press la publicación de historias de vida y demás temas de interes de difusión para la Unidad.	(2-1) A partir de los nuevos canales y productos, se requiere fortalecer las comunicaciones en territorio para generar mayor confianza y tráfico.
2. Trabajo de free press a mayor escala.		
3. El portal snariv abre una puerta para afianzar las relaciones con estas partes interesadas.	(3-4) Las reuniones de seguimiento de la oficina a nivel nacional deben garantizar que la buena exposición del Director y la Subdirectora en los medios sean cuabiertos al 100%.	(4-3) A partir de la comunicación por el portal snariv se debe gestionar la difusión y posicionamiento de imagen requerida para subsanar la ausencia de material publicitario impreso.
4. Exposición del Director y Subdirectora en los medios de comunicación.		
<b>Amenazas</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
1. Utilización indebida de nuestra imagen grafica por parte de otras entidades del Estado.	(2-2) Se solicitará que en los operadores logísticos de la Dirección o Subdirección se logre ampliar los objetos contractuales, para que se puedan incluir las necesidades de la OAC.	(1-3) Se definiran actividades que no necesitan de aprobación y se desarrrollaran campañas fuertes de comunicación que generen contenido para cualquier tipo de fecha.
2. Los recursos se ven afectados por la política de austeridad.		
3. La efectividad de los productos se ve afectada por las demoras en las aprobaciones por parte de presidencia.	(5-1) Se divulgo el uso y manual de imagen institucional con la certificación icontec, para controlar y monitorear el uso de la imagen institucional.	(3- 1) Se corrijiran las comunicaciones erroneas que se puedan presentar en redes sociales o el manejo erroneo de nuestra imagen institucional desde otras entidades del Estado.

A partir de esta matriz DOFA se observa la apuesta por el fortalecimiento de un sistema de comunicación e información con potencial y capacidad de mejora continua, ya que las estrategias formuladas en cada aspecto buscan la consecución de resultados en el proceso de comunicación estratégica y el mantenimiento de posicionamiento de la imagen institucional.

## Política de comunicación

La comunicación interna y externa informa, difunde, contextualiza y hace públicos los avances y retos de la Unidad en la implementación de la Ley de víctimas, para el fortalecimiento de la imagen institucional y la confianza en la entidad, así como la apropiación y participación por parte de las víctimas, el Estado, la sociedad y la comunidad internacional en el proceso de reparación integral. Se fomentará el uso de las TICs, se generarán espacios de difusión y se desarrollarán piezas de comunicación, atendiendo a protocolos de comunicación que establecen los actores y responsables del proceso de gestión de comunicación

### Alcance

Inicia con la definición de los lineamientos generales de la comunicación estratégica, la consolidación de la imagen institucional de la entidad, el acompañamiento a las áreas y promoción de información hacia las partes interesadas, aplicando los controles e identificando los posibles riesgos frente al uso de los medios de comunicación y finaliza realizando la formulación, implementación y el seguimiento a posibles acciones de mejoramiento continuo.

### Objetivo general

Brindar acompañamiento a todas las dependencias y divulgar a través de los diferentes medios de comunicación tanto internos como externos la información institucional y de interés, hacia las partes interesadas, contribuyendo a la imagen institucional y la difusión de la gestión.

### Objetivos específicos

- Dar a conocer a las víctimas, de manera oportuna y diferencial, sus derechos y deberes, atendiendo a lo dispuesto en la Ley 1448 de 2011 y sus decretos reglamentarios.
- Difundir las acciones implementadas en torno a la restitución de los derechos de las víctimas que favorecen la construcción de escenarios de Paz.
- Brindar información sobre las medidas de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas a los servidores de las entidades del SNARIV, en el ámbito internacional, nacional y local, de tal manera que se facilite la

implementación de la Ley 1448.

- Difundir las acciones que realizan la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas y las entidades que participan en la implementación de la política pública de víctimas.
- Consolidar la imagen institucional de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas ante la opinión pública, como coordinadora del Sistema Nacional de Atención y Reparación Integral a las Víctimas (SNARIV).
- Promover la creación de una cultura institucional que sea coherente con el quehacer misional de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, generando sentido de pertenencia.
- Generar alianzas con los diferentes sectores de la opinión pública y de la agenda nacional que favorezcan la labor realizada por la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas.
- Fortalecer las redes de comunicación en las regiones y consolidar una red de comunicadores que difunda información a los medios de comunicación comunitarios, locales, regionales y nacionales.
- Diseñar e implementar campañas de comunicación sobre los derechos de las víctimas del conflicto armado y sobre conmemoraciones especiales.

### Públicos de interés

En el desarrollo de las actividades institucionales es importante tener en cuenta los públicos para los cuales la Oficina Asesora de Comunicaciones construye acciones de comunicación, entendiendo que cada uno tiene intereses y necesidades distintas desarrollamos la siguiente lista de descripción, la cual está directamente relacionada con la matriz institucional de comunicaciones.

- **Unidad (funcionarios y contratistas):** son aquellas personas que laboran para la entidad que son parte de la misionalidad institucional. La importancia de este grupo de interés radica en que son voceros de la entidad, son aquellos en los cuales se concentra el discurso institucional y además de esto, son parte de la imagen de esta.

Los mensajes que se construyen para este grupo centran su importancia en políticas, lineamientos, campañas de comunicación, actividades, mensajes estratégicos y demás acciones promovidas por la Unidad de interés interno.

- **Víctimas del conflicto armado:** se define como víctima del conflicto a las personas que individual o colectivamente hayan sufrido un daño por hechos

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

ocurridos a partir del 1 de enero de 1985, como consecuencia de violaciones graves y manifiestas de las normas internacionales de Derechos Humanos y de infracciones al Derecho Internacional Humanitario ocurridas con ocasión del conflicto armado interno.

También se consideran víctimas las personas que hayan sufrido un daño al intervenir y/o asistir a la víctima de los hechos antes referidos que estuviese en peligro, o para prevenir esa victimización.

Además, son víctimas los niños que nacieron a causa de un abuso sexual cometido en el marco del conflicto armado.

- **Sociedad y medios de comunicación** este grupo de interés se refiere a todo ciudadano nacional o internacional, institución, entidad o medio de comunicación que desee tener información sobre los procesos, misionalidad y avances de la Ley de Víctimas.
- **Entidades gubernamentales:** es una institución estatal cuya administración está a cargo del gobierno de turno. Su finalidad es brindar un servicio público que resulta necesario para la ciudadanía.
- **Organismos de Control:** son las entidades públicas a las que por mandato constitucional (Artículo 117 CN) se les confía las funciones de control disciplinario (Procuraduría General de la Nación), defender al pueblo (Defensoría del Pueblo) y el control fiscal (Contraloría General de la República). No están adscritos ni vinculados a las Ramas del poder público.
- **Comunidad internacional:** este grupo de interés se refiere a todo público que reside en el exterior.

### Canales de comunicación

Para el desarrollo de la actividad y la labor de la Oficina Asesora de Comunicaciones es importante contar con canales de comunicación activos y actualizados porque los comportamientos de los públicos propenden a interactuar con herramientas tecnológicas, sin embargo, se tienen en cuenta las barreras que la misma tecnología ha traído, pues la geografía y la edad son factores que representan necesidades

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

distintas y por ende seguimos usando canales de comunicación tradicionales y también participamos en escenarios de la era actual.

Los siguientes son los canales de comunicación de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas, por los cuales se impactan los públicos de interés anteriormente descritos:

**Público:** Unidad (funcionarios y contratistas)

#### **Canales**

- Intranet: se refiere al portal interno de comunicación, lugar en el cual se aloja el histórico de la entidad.
- Correo electrónico: es un servicio que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos.
- Suma: boletín virtual de comunicación interna.
- Carteleras internas: espacios físicos de comunicación donde es colgada la información relevante de la entidad.
- Papel tapiz: espacio digital que se ubica como fondo de pantalla de los computadores de la entidad.

**Público:** Víctimas del conflicto armado

#### **Canales**

- Línea 01 8000 911 119: canal de comunicación telefónico.
- Correo /boletín: canales digitales de comunicación.
- Carteleras externas: espacios físicos de comunicación donde es publicada la información relevante de la entidad para las víctimas.
- Pantallas o carteleras digitales en Centros Regionales de Atención a Víctimas.
- Página web: sitio virtual oficial de la Unidad para las Víctimas, [www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)
- Canales digitales: redes sociales, Whatsapp, SMS, Facebook - UnidadVictimas, Twitter- @unidadvictimas, Instagram- unidadvictimas, Youtube- unidadvictimascol: Portales de comunicación virtual interactiva.

**Público:** sociedad/ entidades gubernamentales y comunidad Internacional

#### **Canales**

- Canales digitales: redes sociales: Facebook - UnidadVictimas, Twitter- @unidadvictimas, Instagram- unidadvictimas, Youtube- unidadvictimascol : Portales de comunicación virtual interactiva, WhatsApp.
- Página web: sitio virtual oficial de la Unidad para las Víctimas,

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

- Comunicados de prensa: notas periodísticas con información al día de las acciones de la Unidad para las Víctimas.
- Correo electrónico: es un servicio que permite el intercambio de mensajes a través de sistemas de comunicación electrónicos.
- Portal web SNARIV

### Equipos transversales de apoyo

En el desarrollo de contenidos alternativos, dinámicos y en tendencia con las nuevas narrativas de comunicación es necesario contar con un equipo de diseñadores y de creación audiovisual, por lo tanto, la OAC cuenta con tres equipos transversales de apoyo:

**Equipo de diseño:** este equipo es el encargado de elaborar diseños que cuidan de la imagen institucional, desarrollan identificadores y crean escenarios donde el color y la imagen son protagonistas de la narrativa según sea la solicitud.

**Equipo audiovisual:** para el desarrollo de videos es importante contar con realizadores audiovisuales, quienes son los encargados de capturar imágenes que propendan a desarrollar conceptos únicos para cada pieza, adicionalmente cuentan con criterio para desarrollar las narrativas de los contenidos que se comparten por los distintos canales.

**Equipo digital:** este equipo desarrolla los mensajes y estrategias para las redes sociales combinando texto, audio, fotografía y video, con el fin de impactar en diferentes comunidades digitales en las que participan la sociedad en general y las víctimas del conflicto.

### Estrategias por líneas de acción

Para la proyección y el alcance de metas 2020 es muy importante contar con una estrategia que responda a las necesidades de las partes interesadas, sin dejar de lado el buen nombre y el posicionamiento institucional en el marco social y público. Por lo tanto, el desarrollo del presente plan cuenta con estrategias especializadas por líneas de acción, las cuales plantean tácticas y modelos comunicativos que relacionan el comportamiento de la actividad de la entidad en años anteriores y su relación con las nuevas estrategias y narrativas del mundo globalizado.

[www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)

Síguenos en:



Línea de atención nacional:  
01 8000 91 11 19 - Bogotá: 426 11 11

Sede administrativa:  
Carrera 85D No. 46A-65  
Complejo Logístico San Cayetano - Bogotá, D.C.



SC-CER512366

Tabla No.1 Comunicación con víctimas

<b>Línea de acción</b>	Comunicación con víctimas
<b>Objetivo estratégico</b>	Fortalecer los canales y estrategias de comunicación para las víctimas, con la información de las acciones que realiza la Unidad, a través del lenguaje claro e incluyente.
<b>Tácticas y actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar historias de vida y difundirlas, para dar a conocer los procesos de reparación integral.</li> <li>• Diseñar tácticas que permitan optimizar los canales de atención para mejorar la comunicación con víctimas y lograr una mayor efectividad (canales virtuales, telefónico, presencial, carteleras, boletines, jornadas y ferias).</li> <li>• Realizar campañas pedagógicas que permitan enseñarles a las víctimas sus deberes y derechos.</li> <li>• Fortalecer la comunicación con las mesas de participación efectiva de víctimas. Construcción de contenidos educativos por medio de piezas de diseño, video y piezas radiales con uso de lenguaje claro.</li> <li>• Desarrollo de contenidos radiofónicos a partir de las voces de las víctimas para mostrar cómo siguen trabajando las comunidades después de las entregas.</li> <li>• Espacios de reconocimiento presencial a las víctimas del conflicto.</li> <li>• Recuperación de tradiciones culturales a través de contenidos de comunicación digital que permitan la participación e interacción de nuestros públicos.</li> <li>• Construcción de parrilla de preguntas y respuestas más frecuentes.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo e implementación de campañas de comunicación con contenido educativo sobre deberes y derechos de las víctimas.</li> <li>• Implementación y utilización de medios tradicionales como carteleras físicas y digitales para puntos de atención.</li> <li>• Publicación de contenidos de audio con historias de vida e incidencia de la Unidad en la reparación.</li> <li>• Envío y construcción de boletines digitales con información de relevancia para las víctimas.</li> </ul>
--	--

**Tabla No.2 Comunicación externa**

<b>Línea de acción</b>	Comunicación externa
<b>Objetivo estratégico</b>	Posicionar el nombre de la Unidad para las Víctimas y las acciones que cumple en beneficio de las víctimas, en los medios de comunicación local, regional nacional e internacional.
<b>Tácticas y actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr una mayor presencia de información de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas en los medios de comunicación, especialmente aquellos que le llegan a las víctimas del conflicto.</li> <li>• Anticipar los diferentes escenarios de crisis y generar estrategias de acción.</li> <li>• Fortalecer la difusión de noticias de la Unidad a través de los diferentes canales con los que cuenta la entidad.</li> <li>• Generar relacionamiento continuo con los periodistas que cubren la información de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas.</li> <li>• Incentivar el cubrimiento periodístico de las actividades a nivel regional en los medios de comunicación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el relacionamiento con los medios de comunicación a través de ruedas de prensa.</li> <li>• Realizar encuentros entre el director y los periodistas para socializar los avances de la entidad.</li> <li>• Realizar campañas y plan de medios para conmemoraciones y fechas importantes en las que esté involucrada la entidad.</li> <li>• Revisar las bases de datos y grupos de periodistas para mejorar las redes de difusión de la información de la entidad.</li> <li>• Generar contenido especializados para grupos especiales de periodistas.</li> <li>• Generar contenido de texto, audio y video para suministrar a los medios de comunicación.</li> </ul>
--	---

**Tabla No.3 Comunicación interna**

<b>Línea de acción</b>	Comunicación interna
<b>Objetivo estratégico</b>	Fortalecer los canales de comunicación interna para facilitar la participación de los públicos en el desarrollo de contenidos de interés.
<b>Tácticas y actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar contenido exclusivo para territoriales y crear nuevas propuestas para el nivel central.</li> <li>• Fortalecer los vínculos con las áreas, los funcionarios y contratistas a fin de que sean partícipes de los nuevos contenidos de comunicación</li> <li>• Desarrollar contenidos y espacios presenciales que aporten al desarrollo de la cultura y el clima organizacional en torno a una gestión íntegra, eficiente y eficaz</li> <li>• Fortalecer el canal de comunicación interno intranet.</li> <li>• Soportar la toma de decisiones y permitir a los colaboradores un conocimiento más preciso y exacto de la Unidad.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecimiento de Intranet: generar múltiples narrativas de comunicación en texto, audio y video que puedan ser consultadas desde cualquier lugar y desde cualquier dispositivo.</li> <li>• Generación de espacios presenciales de participación: desarrollar espacios presenciales para relacionar directamente con los públicos internos.</li> <li>• Redes de trabajo - embajadores de marca: vincular a funcionarios y contratistas en la construcción de la comunicación interna.</li> <li>• Fortalecer los canales de comunicación interna existentes.</li> <li>• Generar espacios de interacción entre funcionarios y directivos.</li> <li>• Generación de nuevos contenidos internos de las direcciones territoriales y el nivel central.</li> </ul>
--	---

**Tabla No.4 Comunicación interinstitucional**

<b>Línea de acción</b>	Comunicación Interinstitucional
<b>Objetivo estratégico</b>	Visibilizar los logros alcanzados por el Sistema Nacional para la Atención y Reparación a las Víctimas (SNARIV)
<b>Tácticas y actividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el portal Snariv y continuar vinculando a las entidades que conforman el sistema a participar de manera activa con información y oferta para las víctimas.</li> <li>• Brindar información oportuna sobre los requerimientos y decisiones tomadas al interior del Sistema Nacional de Atención y Reparación a Víctimas, atendiendo al papel de la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas como coordinadora del sistema.</li> <li>• Mantener comunicación permanente con las oficinas de comunicación de las entidades vinculadas a SNARIV.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer el relacionamiento en términos de comunicación con las entidades vinculadas a SNARIV Implementar la estrategia de comunicaciones aprobada por la Dirección de Gestión Interinstitucional y la Oficina de Comunicaciones.</li> <li>• Generar nuevos canales y contenidos de comunicación para SNARIV.</li> <li>• Establecer convenios con otras instituciones vinculadas a SNARIV para la divulgación de contenido.</li> <li>• Consolidación de la mesa de comunicaciones del SNARIV con la participación de las entidades del sistema.</li> <li>• Generar contenidos de oferta de manera oportuna para comunicársela a las víctimas.</li> </ul>
--	---

### Metas - Indicadores plan de acción 2020

**Nombre de la actividad:**

Emitir noticiero y programa radial en temas de Ley de Víctimas, reconciliación y la gestión de la Unidad para las Víctimas.

**Nombre del indicador de la actividad:**

Noticiero y programa radial en temas de Ley de Víctimas, reconciliación y la gestión de la Unidad para las Víctimas emitidos

**Meta:**

Noticieros y programas radiales en temas de Ley de Víctimas, reconciliación y la gestión de la Unidad para las Víctimas emitidos por las redes sociales 72 en el año.

**Nombre de la actividad:**

Medir la efectividad de la información suministrada por la Entidad a los servidores públicos de la Unidad

**Nombre del indicador de la actividad:**

Efectividad de la información suministrada por la Entidad a los servidores públicos de la Unidad

**Meta:**

El nivel de satisfacción para 2020 es del 80%

**Nombre de la actividad:**

Medir la efectividad de la información suministrada a las Víctimas sobre la ley y sus derechos a través de los canales de divulgación de la Unidad

**Nombre del indicador de la actividad:**

Efectividad de la información suministrada a las Víctimas sobre la ley y sus derechos a través de los canales de divulgación de la Unidad

**Meta:**

El nivel de satisfacción para 2020 es del 80%

**Nombre de la actividad:**

Incrementar el número de visitantes de la página web

**Nombre del indicador de la actividad:**

Número de visitantes incrementados de la página web

**Meta:**

El nivel de satisfacción para 2020 es del 5% más con respecto a lo obtenido el año anterior.

**Nombre de la actividad:**

Incrementar el número de seguidores y visualizaciones de las redes sociales

**Nombre del indicador de la actividad:**

Número de seguidores y visualizaciones incrementados de las redes sociales

**Meta:**

El nivel de satisfacción para 2020 es del 5% más con respecto a lo obtenido el año anterior.

**Nombre de la actividad:**

Realizar videos institucionales en lenguaje de señas

**Nombre del indicador de la actividad:**

Videos institucionales realizados en lenguaje de señas

**Meta:**

Videos institucionales realizados en lenguaje de señas, durante el año 4.

**Nombre de la actividad:**

Publicar documentos que han sido traducidos a lenguas étnicas

**Nombre del indicador de la actividad:**

Documentos traducidos a lenguas étnicas publicados

**Meta:**

Se publicarán el 100% de los documentos traducidos a lenguas étnicas

## Seguimiento y control de actividades

Para el seguimiento y control de las diferentes actividades que se desarrollan en simultánea desde las líneas de acción y los equipos de apoyo se llevan a cabo las siguientes acciones:

1. **Consejo de redacción:** reunión semanal con las líneas y equipos de apoyo con el fin de socializar las actividades de estas. Asimismo, presentar agenda, novedades, noticias de interés y canalizar la importancia de dichos acontecimientos para la construcción de planes de difusión, diseño de campaña y espacios de grabación.

En esta reunión se fijan las líneas de mensaje particulares para cada público y los canales con que cuenta cada entidad y su uso. De igual manera, se establecen objetivos a corto, mediano y largo plazo y el cronograma de actividades conjuntas.

2. **Bitácoras de comunicación:** formato que se envía de manera mensual con los contenidos y actividades desarrollados en el mes anterior, con el fin de llevar evidencia de lo realizado.
3. **Encuestas de impacto:** herramientas de medición que permiten tomar decisiones para el mejoramiento del proceso de comunicación con las víctimas y los funcionarios de la entidad.
4. **Encuentro nacional de periodistas de la Unidad:** espacio de periodicidad anual en el cual se dictan capacitaciones acerca del funcionamiento, misionalidad y actividad institucional.

## Informe y reporte de resultados

De manera semestral la Oficina Asesora de Comunicaciones presenta a la Dirección General el panorama de resultados del año, con el fin de determinar los logros obtenidos y los retos trazados. Asimismo, se revisa continuamente el alcance de los indicadores de la Oficina consignados en el plan de acción de la entidad.

## ANEXOS

- **Manual de Imagen Institucional V3**

Este manual de identidad gráfica se construyó con el fin de mantener los lineamientos institucionales de la Presidencia de la República y la unidad gráfica en las piezas de diseño en las que se emplea la imagen de la Unidad para las Víctimas, así como guiar a las distintas áreas en el uso básico de lineamientos, que garanticen la correcta aplicación del logo símbolo.

- **Manual de redacción V3**

El Manual de Redacción de la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) de la Unidad para las Víctimas es como un libro de estilo que determina el tratamiento de la información, la responsabilidad profesional, los géneros periodísticos, el uso del idioma, la redacción de una noticia, el manejo de la fuente (declaraciones), la escritura de los nombres, de los cargos y de los números, aspectos que deben tener en cuenta los comunicadores de la OAC para desarrollar su labor periodística en la redacción de las noticias de todos los productos.

- **Procedimiento Estrategia de Comunicación Interna V3**

Divulgar actividades, políticas, acciones de la entidad y mensajes estratégicos, dirigidos a los funcionarios y contratistas de la Unidad para las Víctimas a través de canales internos con el fin de posicionar las acciones de la Entidad entorno a su misionalidad y responsabilidad para con los mismos.

- **Procedimiento Creación, Publicación y Difusión de Contenidos Multimedia V1**

Desarrollar contenidos de comunicación multimedia sobre los temas institucionales con el fin de mantener informados a los públicos de interés.

- **Procedimiento Actualización y/o Publicación de Contenidos en Página Web V5**

Mantener actualizados los contenidos de la página web de la entidad ([www.unidadvictimas.gov.co](http://www.unidadvictimas.gov.co)), con el fin de ofrecer y garantizar a la ciudadanía, las víctimas y demás públicos objetivos una información útil, oportuna y veraz.

- **Formato Consentimiento y Cesión de Derechos de Imagen V1**

Este formato nos da CONSENTIMIENTO Y CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN sobre: fotografía y/o producción audiovisual (video y/o radio) y/o testimonio (escrito y/o verbal y/o digital), así como los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, regidos por normas legales aplicables y por las debidas cláusulas.

- **Matriz de Comunicaciones institucional**

Este documento establece a quien comunicar, cuando comunicar, que comunicar, como comunicar, y por qué canales hacerlo. Esta matriz es responsabilidad de la Oficina Asesora de Planeación, quien coordina el sistema de gestión de calidad y así mismo se encarga de actualizarla con información de todos los procesos.

**Nota:** Dado que la Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de recopilar la información para la elaboración de diferentes piezas de comunicación de las áreas de la entidad, se ha establecido un correo electrónico para la estandarización de dichas solicitudes, [oad@unidadvictimas.gov.co](mailto:oad@unidadvictimas.gov.co)