

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

1. OBJETIVO:

Contribuir mediante diferentes estrategias de comunicación a que los colombianos especialmente las personas afectadas por el conflicto armado conozcan la Ley de Víctimas (1448 del 2011) y sus decretos reglamentarios, de esta manera restablecer los derechos humanos, individuales y colectivos, que aporten a la reparación integral, la reconciliación y la construcción de paz.

2. ALCANCE:

Este plan estratégico de comunicaciones inicia con el análisis de necesidades y solicitudes en relación directa y cercana con las víctimas del conflicto armado, para constituir los vínculos necesarios con sus públicos asegurando el desarrollo de la Política de Comunicaciones, la visibilización de las víctimas, acercando la oferta institucional del estado a los sobrevivientes del conflicto, alineando el discurso de la entidad a los principios orientadores de la Ley de Víctimas, para finalizar con la atención en todos los canales de comunicación evidenciando los retos del nuevo contexto de posconflicto y construcción de paz en Colombia.

3. DEFINICIONES:

Política de comunicaciones: Es una Resolución por medio de la cual se adopta el marco normativo que estructura y da lineamientos la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Unidad para las Víctimas.

Pilar: Clasificación de la política de comunicaciones para definir los fundamentos de comunicación a partir de líneas de acción:

- a) Comunicación con víctimas
- b). Comunicación Externa (Divulgación y prensa).
- c). Comunicación interinstitucional
- d). Comunicación interna

Cada pilar tiene sus propios objetivos estratégicos, planes de acción, canales de comunicación propios, que se articulan con las necesidades de las diferentes áreas estratégicas, misionales y de apoyo de la Unidad, y responden a momentos y situaciones específicas, en concordancia con los objetivos de la política general de comunicaciones.

Protocolo: Es el instrumento que garantiza la adecuada aplicación de la política de comunicaciones. Dicho protocolo pretende ser el marco formal para desarrollar las diferentes actividades de comunicación.

4. OBJETIVOS:

4.1. Objetivo general:

Formar, informar y movilizar a todos los actores involucrados en la implementación de la Ley 1448 de 2011 y sus decretos reglamentarios, a partir de una pedagogía sobre los derechos

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

de las víctimas, entendiendo que ese conocimiento es un requisito indispensable para la construcción de una sociedad que pueda vivir en la paz.

4.2. 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 las Víctimas y las entidades que participan en la implementación de la política pública de víctimas.
- Consolidar la imagen institucional de la Unidad para 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 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 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.
- Capacitar a periodistas comunitarios y locales sobre los alcances de la Ley 1448 de 2011 y sus decretos reglamentarios, para que actúen como generadores de opinión en sus regiones y sean aliados estratégicos de las víctimas en sus comunidades.

5. Pilares de comunicación

De acuerdo con la política de comunicaciones de la Unidad para las Víctimas, la estrategia de comunicaciones está organizada por pilares, así:

5.1. PILAR COMUNICACIÓN CON VÍCTIMAS.

Este pilar se encarga de 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 que contribuyan al desarrollo humano y social de las víctimas del conflicto armado.

La comunicación con las víctimas hace uso sistemático y participativo de estrategias y medios de comunicación, dando la voz a los actores sobre temas prioritarios. Busca concertar las decisiones y políticas institucionales para generar una acción común, en favor del desarrollo de las comunidades, atendiendo principios de compromiso y reciprocidad.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

5.1.1. Objetivos del pilar de comunicación con las víctimas:

- Desarrollar contenidos pedagógicos y periodísticos que respondan a las características de la población atendida, de tal forma que, en cualquier fase de proceso, estén informados sobre el alcance de la política, sus beneficios, logros y, en general, los avances del proceso de atención, asistencia y reparación integral a las víctimas.
- Utilizar y/o poner en marcha canales directos e indirectos (comunitarios y/o masivos), estrategias alternativas y populares, que favorezcan una comunicación eficaz con las víctimas del conflicto armado.
- Consolidar una red de voceros a través de víctimas con procesos e historias inspiradoras que sirvan como validadoras del trabajo que hace la Unidad y se conviertan en voceros frente a la sociedad de la importancia del proceso.
- Articular el trabajo con las mesas de participación y las comunidades receptoras para crear canales de información y pedagogía donde las actividades que realiza la Unidad den cuenta que la reparación es una de las herramientas para la construcción de un país en paz.
- Realizar proyectos de comunicación con sujetos de reparación colectiva que como parte de su plan de reparación integral tengan alguna medida de satisfacción que involucre un componente comunicacional. Se busca una construcción colectiva que empodere las comunidades y aporten a su proceso de reparación integral.
- Para difundir el mensaje resultado de este pilar, se tendrán en cuenta los siguientes elementos:
 - Debe involucrarse a todos los actores del programa: Estado, sociedad, víctimas, etc.
 - Debe quedar claro que los compromisos son incluyentes y recíprocos.
 - Los acuerdos deben ser específicos para no generar falsas expectativas.
 - Claridad sobre los beneficios incluidos y los que no lo están.
 - Debe ser oportuna y desarrollada por personal competente que genere confianza y evite confusiones.

5.1.2. Actividades:

- **Talleres de comunicación con sujetos de reparación**
- El equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones, junto con profesionales del equipo de Medidas de Satisfacción de la Dirección de Reparación Colectiva trabaja con los sujetos de reparación que han contemplado en su Plan Integral de Reparación, algún tipo de medidas de satisfacción que incluya un componente de comunicación. Para esto, se organizan talleres que respondan a los planes que han construido las comunidades
- **Producción y emisión de mensajes a través del canal telefónico:** Se busca que los canales que más utilizan las víctimas se conviertan en una forma de socializar campañas pedagógicas, de interés para ellas.
- **Campañas informativas:** Atendiendo a las necesidades del servicio se busca crear conciencia sobre iniciativas que favorezcan las actividades que desarrolla la Unidad. Así,

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

hemos difundido mensajes de interés para las víctimas a través de canales como la radio, redes sociales, boletines virtuales, y carteleras en puntos y centros de atención.

- **Charlas en los territorios:** Los corresponsales de la Oficina Asesora de Comunicaciones realizan charlas informativas sobre las campañas de comunicación de la Entidad y la oferta institucional a las víctimas en todas las Direcciones territoriales.
- **Acompañamiento a las Ferias nacionales de servicios al ciudadano:** Prestamos apoyo a la Subdirección de Asistencia y Atención Humanitaria –SAAH, con material pedagógico, difusión y cubrimiento de los eventos, además de la permanente socialización de las campañas de comunicación de la entidad.
- **Boletín electrónico:** Se envía quincenalmente a una base de datos de cerca de 10.000 víctimas dentro y fuera del país con información de interés sobre temas como oferta institucional, campañas pedagógicas y asuntos relacionados con sus trámites.
- **Carteleras con información a víctimas:**
 - Las carteleras “Infórmate” están ubicadas en los puntos de atención y centros regionales en todo el territorio nacional. Se actualizan cada quince días con información sobre la oferta institucional y temas de interés para las víctimas.
- **Talleres para periodistas:** La Oficina Asesora de Comunicaciones realiza talleres con periodistas en diferentes capitales del país con el objeto de establecer un diálogo con los comunicadores regionales que les brinde herramientas para sus cubrimientos noticiosos del día a día, entendiendo la política pública de víctimas de cara al posconflicto y la construcción de paz.

5.2. PILAR COMUNICACIÓN EXTERNA. (DIVULGACIÓN Y PRENSA)

El pilar de comunicación externa tiene como objetivo informar de manera oportuna y coherente a través de medios de comunicación propios, locales, nacionales e internacionales, las acciones que adelanta el Gobierno Nacional para atender y reparar integralmente a las víctimas del conflicto armado, y sensibilizar a la sociedad para contribuir a la reconciliación, la seguridad, la convivencia y la construcción de paz.

5.2.1. **Objetivos específicos del pilar de comunicación externa:**

- Emitir información oportuna y veraz a los medios de comunicación locales, nacionales e internacionales y medios alternativos, sobre la implementación de la política pública de víctimas.
- Gestionar espacios en los medios de comunicación para la divulgación de contenidos relacionados con la atención, asistencia y reparación integral a las víctimas.
- Producir materiales de calidad para su divulgación en los canales de comunicación propios de la Unidad para las Víctimas.
- Capacitar periodistas comunitarios, locales y nacionales en temas relacionados con la atención, asistencia y reparación a las víctimas del conflicto armado.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

- Capacitar a los servidores de la dirección y los directores territoriales como voceros de la Unidad para las Víctimas.
- Definir contenidos y agendas de medios que faciliten la difusión de información sobre las actividades que realiza la Unidad para las Víctimas.
- Analizar tendencias mediáticas para generar contenidos que sean relevantes en la agenda pública.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones velará por mantener el mensaje estratégico y la imagen de la Unidad de cara a la opinión pública.

5.2.2. Actividades

- **Boletín diario “La Unidad es Noticia”:** Permite brindar diariamente a los periodistas noticias oportunas sobre la gestión de la Unidad con un cubrimiento nacional.
- **Programa radial:** Es un espacio radial de 30 minutos en emisoras comunitarias del país que busca dignificar a los sobrevivientes del conflicto y llevar la oferta del Estado en temas de asistencia, atención y reparación a la población víctima. La información divulgada visibiliza las acciones misionales de la Unidad en distintas regiones y muestra la superación de la vulnerabilidad, la construcción de paz y la reconciliación en la sociedad.
- **Mensajes institucionales:** Mensajes radiales de 30 segundos que cuentan campañas de prevención y atención a la población víctima.
- **Eucoles:** Las vallas de paradero o eucoles son mensajes ubicados en ciudades capitales que buscan motivar acciones en favor del reconocimiento y dignificación de las víctimas.
- **Ruedas de prensa:** Son herramientas para dar a conocer en medios de comunicación informaciones particulares sobre el quehacer de la Unidad.
- **Redes sociales:** Espacios virtuales como Twitter, Facebook, Instagram, YouTube o Flickr buscar impactar nuevas audiencias que generen un impacto masivo de los mensajes que ofrece la Unidad.
- **Página web:** Portal web brinda toda la información de la Unidad. Usa recursos como noticias, infografías, historias de vida, crónicas, especiales web y podcast, para dar una imagen global de las acciones que realiza la Unidad.
- **Plataformas y medios alternativos.** La Unidad, a través del uso de medios alternativos, busca llegar a otros públicos con mensajes institucionales donde los protagonistas son los sobrevivientes del conflicto.
- **Columnas y pronunciamientos del Director.** Pronunciamientos del Director de la Unidad con un mensaje institucional sobre temas coyunturales. Publicación free press a través de medios a nivel local y nacional.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

- **Pedagogía social (Comunicación Externa).** Apoyar todas las acciones que desde la Dirección General se emprendan para generar en la sociedad un ambiente favorable a la construcción de una sociedad en paz y la dignificación de los sobrevivientes del conflicto.

5.3. PILAR COMUNICACIÓN INTERINSTITUCIONAL

El pilar de comunicación interinstitucional tiene como objetivo visibilizar los logros alcanzados por el Sistema Nacional para la Atención y Reparación a las Víctimas (SNARIV), a nivel nacional y en territorial, con el fin de atender a las personas y comunidades afectadas por el conflicto armado colombiano.

5.3.1. Los objetivos específicos de la comunicación interinstitucional son:

Desarrollar campañas permanentes de comunicación en temas como la prevención, garantía y defensa de los derechos de las víctimas de tal forma que se fomente la solidaridad social. Dichas campañas observaran respeto por los enfoques diferenciales y se inscribirán en el marco de las garantías de no repetición que contempla la ley.

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 las Víctimas como coordinadora del sistema.

5.3.2. Comité de comunicaciones.

- Se creará el comité de comunicación del sistema como un escenario de alto nivel para el desarrollo adecuado de una estrategia de comunicación que visibilice las acciones del SNARIV. Este comité estará integrado por:
 - Un representante de cada entidad del SNARIV del comité directivo o delegado
 - Un representante de la Unidad para las Víctimas (por ser secretarios técnicos)
 - Un representante del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- El comité fijará las líneas de mensaje particulares para cada público, y definirá los canales (institucionales o no) con que cuenta cada entidad y su uso. Así mismo, fijará objetivos a corto, mediano y largo plazo y el cronograma de actividades conjuntas, para lo que se debe tener en cuenta:
 - Las estrategias de intervención de SNARIV en territorio
 - Las actividades planteadas en el informe al Congreso de la República
 - Los resultados de la oferta institucional y convocatorias
 - Lineamientos de enfoque diferencial
 - Los análisis de información de sistemas de seguimiento y evaluación como: RUSICST, FUD, Certificación e Indicadores de gestión Nación Territorio, etc.

5.3.3. Canales de comunicación interinstitucional.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES			
	PROCESO: Comunicación Estratégica			
Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018	Página 7 de 11	

La creación y/o fortalecimiento de los canales de comunicación del SNARIV deberán facilitar la difusión de los diferentes mensajes dentro del marco de la implementación de la política de reparación a las víctimas frente a cada público definido. Dentro de los cuales están:

Boletín para entidades del SNARIV: A través del mailling o envío de información por correo electrónico, se buscará dar a conocer las experiencias exitosas del Sistema para que sea difundida a través de los canales de comunicación internos de cada una de las entidades, con el fin de informar y generar aprendizajes en los funcionarios, así como motivar a las oficinas de prensa a divulgar las actividades que desarrollan en favor de las víctimas.

Boletín de oferta para víctimas: Desarrollo de una plantilla institucional para las víctimas inscritas en el registro único (RUV) con el fin de dar a conocer las ofertas, convocatorias y eventos creados por la Unidad y demás entidades.

Portal SNARIV: Espacio de difusión masiva que busque, dar herramientas a los funcionarios para brindar una efectiva atención a la población víctima y, sirva de consulta para el público en general de las actividades que desarrolla el sistema, visibilizando toda la oferta institucional, noticias, actividades e información de carácter pedagógico de utilidad para la población víctima.

5.4. PILAR COMUNICACIÓN INTERNA

5.4.1. Objetivo general de la Comunicación interna

Optimizar el uso de los canales de comunicación interna y orientar las líneas estratégicas y acciones para que la comunicación sea la principal herramienta para el buen funcionamiento de nuestra entidad, contribuyendo a un clima organizacional que favorezca el sentido de pertenencia, el compromiso y el fortalecimiento de una cultura institucional coherente con nuestro quehacer misional.

5.4.2. Actividades:

- **Boletín virtual:** Se emite mensualmente y contiene noticias destacadas de todas las áreas que componen la Unidad. Busca dar voz a las Direcciones territoriales, construir valores institucionales y servir como un canal de comunicación directa para dar a conocer directrices generales. Es el espacio que usa la dirección para motivar e informar a la entidad.
- **Boletín virtual Las DT son noticia:** Busca resaltar el trabajo que se hace en territorio y las particularidades que alimentan nuestro trabajo diario.
- **Informativo TV:** Un espacio en video que se enfoca en reconocer las acciones de los funcionarios y contratistas de la entidad.
- **Informativos diarios:** Son las noticias importantes de cada día que facilitan y dan guía sobre las actividades cotidianas que realizamos. Campañas de control interno, ambiente, información de interés, en fin, lo que necesita saber para hacer mejor sus actividades.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

- **Protectores de pantalla y la página de inicio del navegador:** Brinda contenidos de interés para los trabajadores de la Unidad y busca generar conciencia sobre las campañas que definen las áreas. Es el espacio para generar pedagogía sobre procesos y comportamientos.
- **Cartelera institucional:** Brindan información destacada de interés interno y refuerzan los mensajes enviados por los otros canales.
- **Campañas y minicampañas:** Responden a las necesidades de las áreas o responden a las inquietudes de comunicación en momentos coyunturales. Se difunden por todos los canales anteriormente descritos.
- **Nuestros Destacados U:** Busca exaltar a los funcionarios y contratistas que se destacan por su compromiso y sentido de pertenencia. Se publican perfiles que incluyen la biografía y opiniones de sus compañeros sobre las razones que hacen a estas personas merecedoras del reconocimiento.
- **Alianzas estratégicas con otras entidades:** Desde comunicación interna se hace el acercamiento y puente para lograr alianzas estratégicas con otras entidades, no solamente para ampliar la oferta hacia la población víctima de la violencia, sino también para dar a conocer la misionalidad de la Unidad.
- **Encuestas de impacto de comunicación interna:** Tres veces al año se valida que los canales internos, y sus contenidos, sean consultados por los funcionarios y contratistas de la Unidad. Este ejercicio permite reunir información que sirve como insumo para la toma de decisiones en materia de comunicación interna.
- **Charlas de comunicación asertiva:** Son espacios para brindar herramientas que permitan mejorar la dinámica comunicativa interna de la Unidad. A partir de este trabajo se hace un diagnóstico, coordinado con Talento Humano, para afinar los mensajes usados y crear nuevas estrategias. Se realizan por áreas y Direcciones Territoriales. Buscamos encontrar las barreras de comunicación en los equipos y brindar soluciones para un mejor entendimiento.

6. PROTOCOLO DE COMUNICACIONES.

El protocolo de comunicaciones de la Unidad para las Víctimas es un instrumento que garantiza la adecuada aplicación de la política de comunicaciones y es una guía general para formalizar el trabajo diario.

El protocolo de comunicaciones guarda corresponsabilidad con los objetivos estratégicos de la Unidad para las Víctimas y lo establecido en la política de comunicaciones de la entidad.

En tal sentido, cualquier información relevante que se envíe desde la Unidad (ya sea a medios, cooperantes, comunidades, entidades, etc.), debe ser evaluada y aprobada por la Oficina Asesora de Comunicaciones, con el fin de que mantenga un mensaje institucional, que responda a los lineamientos de la dirección y mantenga los criterios definidos para los mensajes externos.

6.1. Objetivo:

 GOBIERNO DE COLOMBIA  UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES			
	PROCESO: Comunicación Estratégica			
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018	Página 9 de 11

- Unificar y dar coherencia a todos los mensajes que se emiten a nivel interno y externo desde la Unidad, tanto en el ámbito nacional como regional. Este Protocolo busca orientar los mensajes institucionales y la imagen de la Unidad para las Víctimas, ya sea en relación con las entidades socias, en la elaboración de herramientas o instrumentos comunicativos, como en las declaraciones a medios de comunicación y otras piezas destinadas a la opinión pública.
- Para la adecuada aplicación del protocolo de comunicaciones se velará por el reporte oportuno de la información. Los reportes de información a la Oficina Asesora de Comunicaciones de la
- Unidad deberán contener dos requisitos mínimos:
 - *Ser oportunos*, es decir, la inmediatez es fundamental. Una vez reciba una solicitud, (por parte de los medios, entidades del SNARIV u otras instituciones) debe informar del hecho. Si la solicitud merece ser concertada, debe remitirse inmediatamente a la Oficina Asesora de Comunicaciones para recibir orientaciones.
 - Así mismo, la información debe ser *precisa*, es decir, con datos exactos de quién solicita, qué solicita y para qué lo solicita.
- Medidas prácticas para la aplicación del protocolo:
 - Cualquier solicitud de información de las actividades que realiza la Unidad por parte de medios de comunicación debe ser consultada con el área de comunicaciones y solo se deben pronunciar los voceros autorizados.
 - El procedimiento para las publicaciones está en cabeza del comité editorial.
 - Las solicitudes de servicio a la oficina de comunicaciones deben ser solicitadas según los procedimientos establecidos.
 - El Protocolo de comunicaciones está compuesto por 2 partes que incluyen las directrices de comunicación externa e interna.
 - Servir de soporte para todas las dependencias de la Unidad, para la aplicación de la estrategia de comunicaciones con sus diferentes componentes de divulgación y comunicación para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
 - Dar cuenta, interna y externamente, de las diversas acciones que desarrolla la Unidad en cada una de las regiones.
 - Elaborar productos informativos (programas de televisión, boletines de prensa, programas de radio, periódicos, página electrónica, carteleras, etc.) como apoyo a las estrategias de comunicaciones de la Unidad.
 - Apoyar y asesorar a la Dirección, velando porque se comunique de manera clara, oportuna y eficiente la labor de la Unidad.

Actuaciones en cualquier escenario y/o evento. La Oficina Asesora de Comunicaciones participa activamente en la organización de los eventos públicos que programa la dirección de la Unidad. Su trabajo se enmarca en el propósito de velar por la difusión correcta del mensaje y la certera imagen de la Unidad.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

La comunicación de la Unidad para las Víctimas con sus públicos internos y externos se realizará de acuerdo con la política de comunicaciones y sus pilares del Plan Estratégico de Comunicación, para lo cual se tendrá en cuenta:

La Unidad para las Víctimas formulará anualmente un plan de acción de comunicación que establecerá los lineamientos, estrategias y acciones comunicacionales de la entidad en sus relaciones con los diferentes públicos con los que interactúa, a partir de las políticas de comunicación adoptadas por la misma y considerando las necesidades propias de su naturaleza jurídica.

La formulación y coordinación del plan de acción de comunicación estará a cargo de la Oficina Asesora de Comunicaciones. La ejecución del plan se hará desde los diferentes pilares.

Existirá un grupo de apoyo encargado de implementar, vigilar y evaluar el cumplimiento del plan de acción de comunicación. Dicho grupo estará integrado por el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones y los pilares de los grupos de comunicación externa, comunicación con víctimas, comunicación interna comunicación digital y las personas que el jefe defina.

6.2. Vocerías institucionales

La Unidad para las Víctimas establecerá sus voceros autorizados en los temas estratégicos de su gestión, quienes se expresarán únicamente en los temas que son de su competencia. En primera instancia, el único vocero autorizado será el titular de la cartera, o a quien éste delegue. La Unidad definirá y promulgará los criterios de manejo de información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que en virtud de sus funciones o de su cargo actúen en un momento.

6.3. Manejo de imagen institucional

La Oficina Asesora de Comunicaciones se encarga de revisar y aprobar toda publicación, documentos, cartillas, folletos digitales o impresos, mensajes institucionales, publicidad en radio o televisión, así como pendones, backing, vallas o portafolio de servicios.

Todo contenido a divulgar deberá ajustarse a lo establecido en el manual de identidad visual y uso de la imagen de la Unidad para las Víctimas y del Gobierno Nacional.

En los casos en que se solicite o contrate un producto comunicacional con terceros bajo cualquier modalidad contractual, este producto también estará sujeto a la revisión y previa autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones. Dicha autorización sólo será utilizada para los fines bajo los cuales es solicitada y no será divulgada a terceros sin consentimiento del Unidad para las Víctimas.

La Oficina Asesora de Comunicaciones brindará apoyo a todas las áreas de la Unidad para las Víctimas en la definición de piezas tanto digitales como impresas que se deban producir, características de las mismas y elaboración del diseño, teniendo en cuenta los objetivos institucionales con miras a fortalecer la el reconocimiento y dignificación de las víctimas.

 	PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES		
	PROCESO: Comunicación Estratégica		
	Código: 140,11,07-2	Versión: 01	Fecha: 06/09/2018

Anexo 1 Control de cambios

Versión	Fecha del cambio	Descripción de la modificación
1	06/09/2018	Se trabajó el plan estratégico para establecer el funcionamiento del proceso hasta 2018