



Plan Estratégico de Comunicaciones 2023-2024

**Unidad Administrativa Especial de
Justicia Penal Militar y Policial**

Dirección General



Contenido

INTRODUCCIÓN	3
1. DIAGNÓSTICO	4
2. OBJETIVO GENERAL.....	6
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
3. MARCO NORMATIVO	7
4. DEFINICIONES	9
5. RESPONSABLES.....	12
6. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	13
7. TIPOS DE COMUNICACIÓN	14
7.1. COMUNICACIÓN INTERNA	14
7.2. COMUNICACIÓN EXTERNA.....	15
7.3. CANALES DE COMUNICACIÓN.....	16
8. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS.....	18
9. PRESUPUESTO	22
10. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PLAN.....	22

INTRODUCCIÓN

La comunicación en la Justicia Penal Militar y Policía tiene un carácter estratégico, toda vez que es transversal a la organización y constituye un instrumento de gestión al servicio de la planeación estratégica, que permite orientar esfuerzos para comunicar a nivel interno y externo temas de relevancia e interés para la Entidad.

Su característica principal es apoyar los diferentes procesos de gestión de la Entidad para socializar y garantizar una comunicación oportuna y efectiva a los grupos de interés y de valor.

Con fundamento en los principios de autonomía, transparencia, legitimidad e integridad, el “Plan Estratégico de Comunicaciones de la Justicia Penal Militar y Policial (JPMP)” tiene el firme propósito de fortalecer la imagen institucional y promover una comunicación efectiva al interior y al exterior de la Entidad.

Así las cosas, enmarcado en la Dimensión de “Información y Comunicación” del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), que tiene por propósito *“garantizar un adecuado flujo de información interna, es decir aquella que permite la operación interna de una entidad, así como de la información externa, esto es, aquella que le permite una interacción con los ciudadanos; para tales fines se requiere contar con canales de comunicación acordes con las capacidades organizacionales y con lo previsto en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información”*¹, en el presente plan se establecen las políticas, directrices, acciones, estrategias y mecanismos que permitan la generación y difusión de información tanto interna como externa de la Justicia Penal Militar y Policial, con el fin de posicionarla ante los grupos de interés y de valor, así como la comunidad nacional e internacional.

Lo anterior, dando a conocer información de interés y resultados de la gestión tanto del ámbito administrativo, como judicial e investigativo, que favorezca con una gestión íntegra y eficaz, generando confianza en la Jurisdicción Castrense.

Este Plan abarca todos los instrumentos necesarios para el manejo administrativo, operativo y logístico de la comunicación, cumpliendo con la normatividad vigente y proporcionando información de calidad, veraz, suficiente, necesaria y oportuna sobre los servicios que ofrece la unidad y los logros de su actuación tanto a la comunidad en general como a los servidores vinculados a ella.

¹ <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/como-opera-mipg>

1. DIAGNÓSTICO

Con el fin de conocer la percepción de los funcionarios administrativos y judiciales frente a las acciones de comunicación, los canales y el flujo de la información al interior de la Entidad y fuera de ella, en el año 2021 se realizó una encuesta de comunicación interna en la que participaron 293 funcionarios y empleados judiciales.

Los principales aspectos indagados fueron:

1. La efectividad de los canales de la Unidad.
2. Los temas de interés para los funcionarios.
3. Las fuentes de información.
4. Las herramientas de comunicación que deberían implementarse.

Con relación a la idoneidad de los canales con los que cuenta la Entidad, el 60% de los encuestados consideró que los medios más importantes que se deberían fortalecer para mejorar la comunicación interna son:

- El correo electrónico
- los eventos institucionales
- La plataforma Office 365.
- Reuniones de equipo

Por lo tanto, se hace necesario establecer las acciones para mejorar el uso y apropiación.

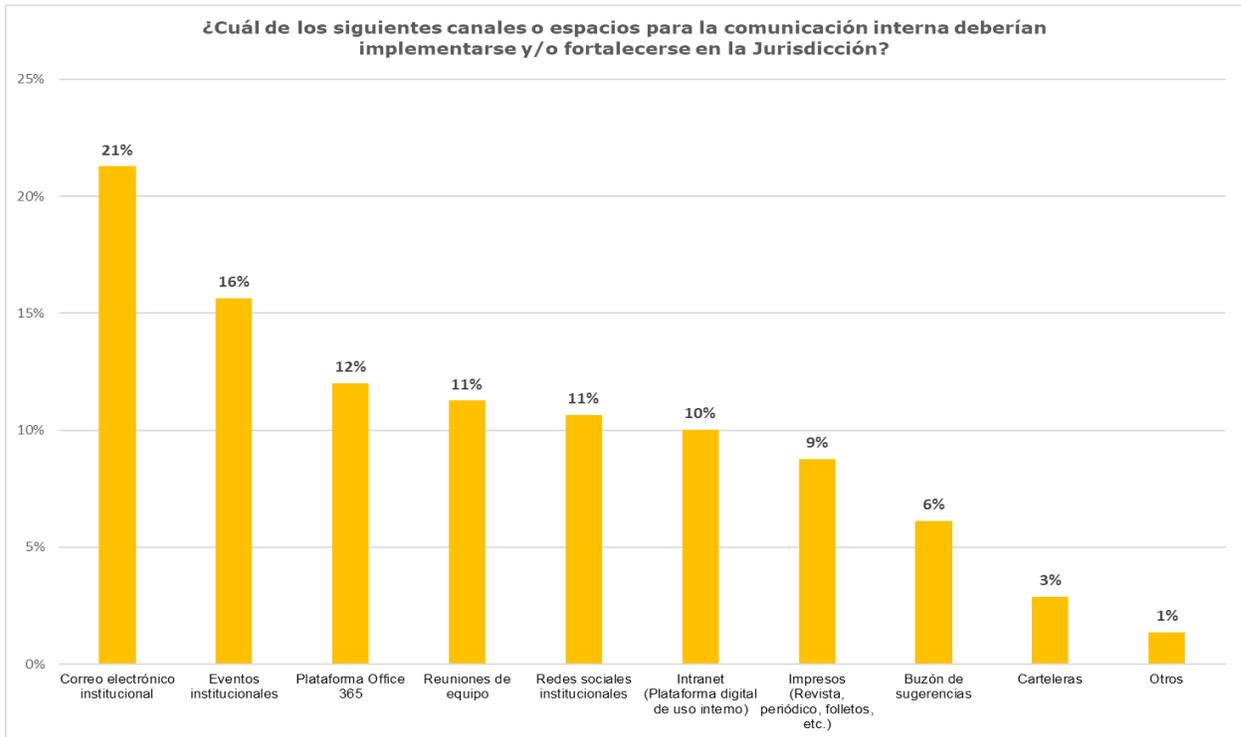


Gráfico: Canales que deberían fortalecerse o implementarse en la Entidad.

Para los funcionarios administrativos y judiciales los principales obstáculos en la comunicación de la Entidad son:

1. El hermetismo de la información.
2. Falta de canales de comunicación.
3. La percepción negativa de la JPMP
4. La poca interacción con grupos de interés y de valor
5. No comunicar a tiempo.



Gráfico: Principales desajustes de la Jurisdicción Especializada en materia de comunicaciones.

La encuesta incluyó una pregunta abierta en la cual los funcionarios agregaron sus observaciones y recomendaciones para fortalecer la comunicación externa de la Entidad; en las que se resaltaron las siguientes:

1. Crear la Oficina o Grupo de Comunicaciones que permita articular y fortalecer la interacción con los grupos de interés.
2. Difundir en medios de comunicación y redes sociales las decisiones de la jurisdicción en casos que hayan generado impacto nacional.
3. Establecer enlaces de apoyo interinstitucional con entidades como la Fiscalía General de la Nación y la Procuraduría General de la Nación.
4. Posicionar la labor de la entidad a través de canales institucionales y públicos.
5. Más comunicación y escucha hacia el personal que conforma la Unidad y que está en territorios alejados.

2. OBJETIVO GENERAL

Establecer una estrategia integral y efectiva para la difusión de información a los servidores públicos y funcionarios de la Entidad, grupos de valor y de interés sobre el quehacer de la Justicia Penal Militar y Policial.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Consolidar y posicionar una imagen institucional positiva al interior y exterior de la Justicia Penal Militar y Policial.
- Mantener informados a los diferentes grupos de valor y de interés, con claridad, transparencia y oportunidad, sobre las actividades, servicios, proyectos y resultados de la Justicia Penal Militar y Policial.
- Articular los elementos y herramientas offline y online para transmitir adecuadamente los mensajes a los diferentes grupos de valor y de interés, en cumplimiento de los criterios de accesibilidad, usabilidad y transparencia definidos por la Ley 1712 de 2014.
- Impactar la cultura organizacional mediante acciones de comunicación que promuevan el sentido de pertenencia, la colaboración y el reconocimiento entre los servidores de la Entidad.

3. MARCO NORMATIVO

Para garantizar la legalidad de las acciones que se desprendan del Plan Estratégico de Comunicaciones, se tendrá en cuenta el marco normativo relacionado a continuación:

Norma	Epígrafe
Ley 44 de 1993	"Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944"
Ley 527 de 1999	"Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones".
Ley 1266 de 2008	"Por la cual se dictan las disposiciones generales del hábeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones."
Ley 1341 de 2009	"Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones".
Ley 1273 de 2009	"Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones."

Norma	Epígrafe
Ley 1581 de 2012	"Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales."
Ley 1680 de 2013	"Por la cual se garantiza a las personas ciegas y con baja visión, el acceso a la información, a las comunicaciones, al conocimiento y a las tecnologías de la información y de las comunicaciones."
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".
Decreto No. 1151 de 2008	"Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamenta parcialmente la Ley 962 de 2005, y se dictan otras disposiciones".
Decreto No. 103 de 2015	"Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones".
Decreto No. 1078 de 2015	"Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones".
Decreto No. 415 de 2016	"Por el cual se adiciona el Decreto Único Reglamentario del sector de la Función Pública, Decreto número 1083 de 2015, en lo relacionado con la definición de los lineamientos para el fortalecimiento institucional en materia de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones."
Decreto No. 1413 de 2017	"Por el cual se adiciona el Título 17 a la Parte 2 del Libro 2 del Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Decreto número 1078 de 2015, para reglamentarse parcialmente el Capítulo IV del Título III de la Ley 1437 de 2011 y el artículo 45 de la Ley 1753 de 2015, estableciendo lineamientos generales en el uso y operación de los servicios ciudadanos digitales."
Decreto No. 1499 de 2017	"Por medio del cual se modifica el Decreto número 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015."
Decreto No. 1008 de 2018	"Por el cual se establecen los lineamientos generales de la política de Gobierno Digital y se subroga el capítulo 1 del título 9 de la parte 2 del libro 2 del Decreto 1078 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones".
Resolución 3066 de 2011 de la Comisión de Regulación de Comunicaciones	"Por la cual se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones."
Resolución 3067 de 2011	"Por la cual se definen los indicadores de calidad para los servicios de telecomunicaciones y se dictan otras disposiciones."
Resolución MINTIC 1519 de 2020	"Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos"

Norma	Epígrafe
Directiva Presidencial 03 de 2019	Se incluye la Directiva Presidencial 03 de 2019, en la cual se establecen lineamientos para las entidades públicas con el fin de desarrollar su estrategia de comunicaciones bajo la coordinación de la Consejería Presidencial para las Comunicaciones
Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión	Brinda los elementos fundamentales para que las entidades públicas implementen el MIPG, cada una de las políticas de gestión y desempeño, su marco normativo, su ámbito de aplicación, sus propósitos, sus lineamientos generales.
Ley 1407 de 2010	Por la cual se expide el Código Penal Militar.
Ley 1765 de 2015	“Por la cual se reestructura la Justicia Penal Militar y Policial, se establecen requisitos para el desempeño de sus cargos, se implementa su Fiscalía General Penal Militar y Policial, se organiza su cuerpo técnico de investigación, se señalan disposiciones sobre competencia para el tránsito al sistema penal acusatorio y para garantizar su plena operatividad en la Jurisdicción Especializada y se dictan otras disposiciones”
Decreto 312 de 2021	Por el cual se fija la estructura interna de la Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial.
Circular No.001/-FGPMP	Lineamientos para la adopción y uso de formatos documentales, del 29 de mayo de 2023
Circular 019 de 2023	Lineamientos para el uso de la imagen y las comunicaciones institucionales y socialización del protocolo y del manual de comunicaciones de la JPMP.

4. DEFINICIONES

- **Comunicación:** Es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.
- **Comunicación interna:** La comunicación interna es aquella que está orientada y dirigida a mantener una buena comunicación con los trabajadores de una organización. Su origen está relacionado con la idea de fomentar la comunicación entre los miembros que componen una entidad u organización y motivarlos para desempeñar con eficacia sus tareas. Además, con la comunicación interna se pretende establecer una comunicación efectiva.
- **Comunicación Externa:** La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público,

directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc.

- **Intranet:** Una intranet es una red privada que permite compartir recursos e información entre los usuarios que formen parte de ella. Gracias a sus amplias posibilidades, cumple una importante labor en las empresas en la actualidad. Y no hablamos solo de las grandes corporaciones. De esta manera, facilita el acceso a la información por parte de los empleados y mejora el trabajo en equipo y la colaboración entre los integrantes de la empresa.
- Permite, de esta manera, acceder e interactuar con los contenidos a empleados de distintos niveles jerárquicos o departamentos. Además, las redes privadas más modernas incorporan también funciones sociales parecidas a las que facilitan las redes sociales. Por ejemplo, foros o blogs internos.
- **Redes sociales:** Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
- **Campaña de comunicación:** Es el conjunto de acciones que comprenden el proceso de divulgación de un tema específico, comprende etapas de estructuración de la estrategia de comunicación, definición de tácticas, construcción de mensajes, diseño de piezas y puesta en marcha del plan.
- **Correo electrónico:** Es un servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir información.
- **Estrategia de comunicación:** Conjunto de decisiones y acciones relativas a la elección de los medios y articulación de los recursos con miras a lograr un objetivo, la estrategia se completa a través de los planes.
- **Evento:** Es un acto que sirve a la entidad para presentar o potenciar un determinado producto/servicio/tema, de esta forma se genera vínculo entre la Unidad y los grupos de interés y de valor.
- **Grupos de interés:** Individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas. Comprende, entre otros, instancias o espacios de participación ciudadana formales o informales. (DAFP,2020, p.15).
- **Grupos de valor:** Personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad. (DAFP,2020, p.15).

- **Manual de identidad de la UAEJPMP:** El manual de identidad corporativa es un documento en el que se diseñan las líneas maestras de la imagen de la entidad. En él se definen las características que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo en los diferentes soportes internos y externos, con especial hincapié en aquellos que se mostrarán al público.
- **Medio de información:** Herramienta que permite comunicar sobre un hecho o acontecimiento sin que haya una interacción y retroalimentación del mensaje. Ejemplo: manuales, carteleras, televisión, periódicos, videos etc.
- **Noticias:** Relato informativo usado para divulgar acontecimientos o sucesos importantes para una comunidad. La noticia obedece a una estructura de acuerdo con el medio de información que se use.
- **Pieza de comunicación:** Hace referencia al elemento de diseño gráfico y a producción filmica que se desarrolla como herramienta de comunicación del mensaje
- **Principio de transparencia:** Principio conforme al cual, toda la información en poder de los sujetos obligados definidos en la ley 1712 de 2014 se presume pública, en consecuencia de lo cual, dichos sujetos están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley; excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley.
- **Principio de publicidad:** Derecho de la comunidad a conocer las actuaciones de las autoridades, salvo los casos establecidos en la ley; por lo tanto, éstas deberán dar a conocer sus decisiones mediante notificaciones, comunicaciones o publicaciones.
- **Transparencia activa:** Obligación de publicar proactivamente información sin que medie petición alguna, a través de los medios oficiales (sitios web, carteleras, gacetas, etc.) atendiendo los principios de máxima publicidad, buena fe, transparencia, eficacia, no discriminación, gratuidad, celeridad, calidad de la información y divulgación proactiva de la información.
- **Transparencia pasiva:** Obligación de gestionar y responder las solicitudes de información de la ciudadanía bajo los plazos establecidos, y teniendo en cuenta los principios de máxima publicidad, buena fe y transparencia.

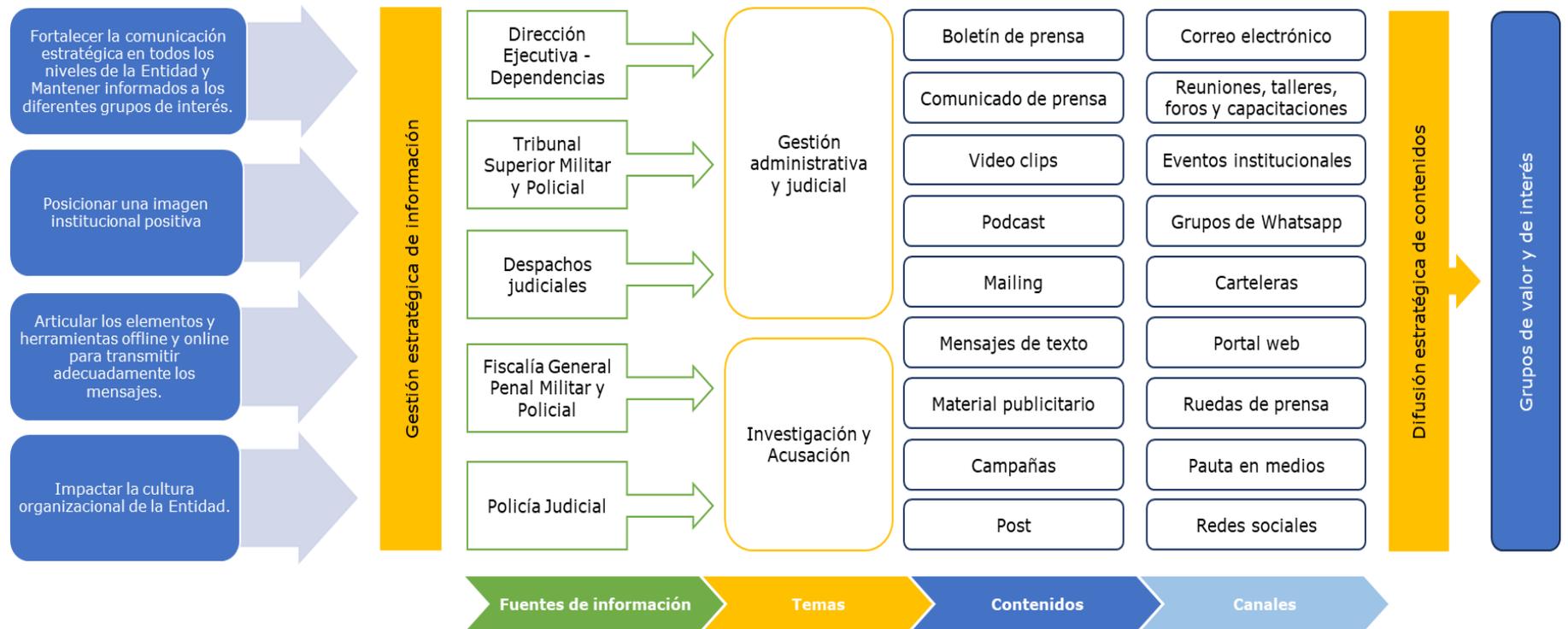
5. RESPONSABLES

La Entidad contará con un grupo de comunicaciones para el desarrollo de las siguientes funciones:

1. Proponer, diseñar y ejecutar la estrategia de comunicación institucional y de relacionamiento, con el fin de divulgar los resultados de la gestión judicial y administrativa, a nivel nacional e internacional, de acuerdo con las directrices.
2. Coordinar la divulgación de información y la generación de contenido de interés para los distintos públicos sobre la gestión administrativa y judicial.
3. Coordinar la divulgación de información y la generación de contenido desde el ámbito de la investigación y la persecución penal.
4. Asesorar a las dependencias de la Entidad, en la promoción y posicionamiento de la imagen y el fortalecimiento de la identidad institucional.
5. Gestionar y actualizar el contenido multimedia, los textos y los archivos que deben estar disponibles en el portal web y en la intranet de la Unidad, con base en la información suministrada por las distintas dependencias.
6. Administrar las cuentas oficiales de la Jurisdicción Especializada en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube).
7. Definir el protocolo para la logística de los eventos y las actividades institucionales en los que participe la Entidad.
8. Evaluar periódicamente la efectividad y el impacto de las acciones de divulgación internas y externas.

6. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Modelo de Comunicaciones de la Justicia Penal Militar y Policial



Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial

Carrera 46 No. 20 C - 01 (Puente Aranda)

Cantón Militar Occidental "Coronel Francisco José de Caldas", Bogotá D.C., Colombia

PBX (57-601) 5169563 Ext. 1023

7. TIPOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación en la Justicia Penal Militar y Policial se divide en dos categorías: comunicación interna y externa. Esta distinción se fundamenta en los grupos de interés y de valor a quienes se dirigen las comunicaciones dentro o fuera de la Entidad.

7.1. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna está orientada a promover y enriquecer la cultura organizacional, a mejorar la efectividad de las relaciones laborales, facilitar el aprendizaje organizacional, socializar los programas y estrategias para mejorar permanentemente la gestión. En otras palabras, las comunicaciones tienen como propósito que los funcionarios judiciales y administrativos interioricen la visión, misión y los objetivos institucionales, en su comprensión en su actuar diario.

a. Público objetivo

A nivel interno, nuestro público objetivo está compuesto por:

- Funcionarios del área administrativa
- Funcionarios y empleados judiciales
- Contratistas
- Grupo de Policía Judicial
- Personal de apoyo de las Fuerzas

b. Principales aspectos a comunicar internamente

A continuación, se relacionan los principales aspectos a comunicar al interior de la Entidad:

- Resultados de la gestión administrativa y judicial de la Justicia Penal Militar y Policial.
- Resultados de la gestión investigativa en la persecución penal de la Fiscalía General Penal Militar y Policial.
- Fases, avances y retos de la implementación del Sistema Penal Oral Acusatorio.

- Modernización tecnológica e implementación de sistemas de información en la Justicia Penal Militar y Policial.
- Procesos de Talento Humano y actividades de bienestar para los servidores públicos de la Entidad.
- Programas de capacitación y formación académica.
- Socialización de políticas, procesos, procedimientos, manuales y demás lineamientos.
- Promoción de valores institucionales.
- Campañas de sensibilización y apropiación.
- Mecanismos de atención al ciudadano y gestión de PQRSD.
- Imagen e identidad corporativa.

7.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa se enmarca en la concepción de la administración pública como un servicio a la ciudadanía. Su objetivo principal es brindar una atención integral, respetuosa y equitativa a los ciudadanos, al mismo tiempo que garantiza la transparencia en la comunicación y la rendición de cuentas como pilares esenciales.

El grupo de comunicaciones con los lineamientos del Director General y el Fiscal General Penal Militar y Policial, gestionará las relaciones de la Entidad con los medios de comunicación.

a. Público objetivo:

Las acciones estratégicas de comunicación de la Justicia Penal Militar y Policial estarán orientadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los siguientes grupos de valor y de interés:

- Ciudadanía en general
- Miembros de las Fuerzas Militares y de la Policía Nacional
- Entidades del Sector Defensa
- Medios de comunicación
- Líderes de opinión
- Entes de Control
- Órganos judiciales
- Docentes e investigadores

b. Principales aspectos a comunicar externamente

De acuerdo con el Plan Estratégico del Sector Defensa y los objetivos estratégicos de la Justicia Penal Militar y Policial, así como con las actividades propuestas en cada uno de los planes institucionales, se diseñarán y desarrollarán estrategias que conduzcan al impacto deseado en los diferentes públicos haciendo uso de las herramientas y canales que disponga la Entidad.

Con base en estos criterios, se priorizarán los siguientes temas:

- Prevención del delito.
- Resultados de la gestión administrativa y judicial.
- Fases, avances y retos de la implementación del Sistema Penal Acusatorio
- Resultados de la gestión investigativa en la persecución penal de la Fiscalía General Penal Militar y Policial.
- Modernización tecnológica de la Jurisdicción Especial.
- Implementación de sistemas de información para el fortalecimiento de la gestión institucional.
- Mecanismos de atención al ciudadano y gestión de PQRSD.
- Imagen e identidad institucional de la JPMP.
- Criterios diferenciales de accesibilidad a la información pública de la Entidad.
- Espacios de diálogo y participación ciudadana habilitados por la Entidad.

7.3. CANALES DE COMUNICACIÓN

Para la divulgación de información a sus grupos de interés y de valor, la Entidad cuenta con los siguientes canales de comunicación:

Canal	Alcance
Correo electrónico	Interno / Externo
Reuniones, talleres, foros y capacitaciones	Interno / Externo
Eventos institucionales	Interno / Externo
Grupos de WhatsApp institucionales	Interno
Carteleras	Interno / Externo
Portal web institucional	Interno / Externo
Ruedas de prensa	Externo
Pauta en medios	Externo

Canal	Alcance
Comunicaciones físicas	Interno / Externo
Redes sociales:	Interno / Externo
<ul style="list-style-type: none"> - Twitter @UAEJPMP_Col @FMP_Colombia - Facebook @JusticiaMilitarCol - Instagram @JusticiaMilitarCol - YouTube @JusticiaPenalMilitaryPolicial 	

La Dirección Ejecutiva y la Fiscalía General Penal Militar y Policial, a través del grupo de Comunicaciones, generarán los contenidos que circulen por los canales internos y externos de la entidad, con base en la información que producen las dependencias. La información suministrada debe realizarse en los formatos preestablecidos en el manual de comunicaciones y en el manual de imagen institucional.

De acuerdo con lo anteriormente expuesto, se desarrollan a continuación las acciones tácticas de comunicación interna y externa, para dar cumplimiento a los objetivos específicos del Plan:

8. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS

Objetivo	Acciones	Frecuencia	Producto / Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
Fortalecer la comunicación estratégica en todos los niveles de la Entidad	Conformar el grupo de comunicaciones	Una Vez	Acto administrativo	1/09/2023	30/11/2023	Director Ejecutivo y Fiscal General Penal Militar y Policial
	Elaborar Manual de comunicaciones	Una Vez	Manual de comunicaciones aprobado y publicado	1/09/2023	30/11/2023	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGMP
	Liderar la gestión de contenidos, el diseño y la diagramación de la revista digital anual de la Justicia Penal Militar y Policial.	Anual	Revista digital	10/01/2024	10/12/2024	Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGMP /Tatiana Walteros
	Adelantar las acciones que corresponda para solicitar la indexación de la revista digital de la Justicia Penal Militar y Policial ante el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación.	Una Vez	Solicitud o presentación de propuesta de indexación	10/01/2024	10/12/2024	Director de la Escuela de la Justicia Penal Militar y Policial
	Socializar el Plan Estratégico de Comunicaciones	Una Vez al año	Informe de socialización	1/09/2023	30/10/2023	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGMP
	Socializar el Manual de Imagen Institucional.	Una Vez al año	Manual de Imagen Institucional aprobado y publicado.	1/09/2023	30/10/2023	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGMP
	Implementar el Manual de Imagen Institucional y el manual de comunicaciones.	Trimestral	Informe de implementación	15/10/2023	20/12/2024	Grupo de Comunicaciones Estratégicas

Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial

Carrera 46 No. 20 C - 01 (Puente Aranda)

Cantón Militar Occidental "Coronel Francisco José de Caldas", Bogotá D.C., Colombia

PBX (57-601) 5169563 Ext. 1023

Objetivo	Acciones	Frecuencia	Producto / Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
Consolidar y posicionar una imagen institucional positiva al interior y exterior de la Entidad.	Realizar campañas en redes sociales para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la Entidad	Seis (6) veces al año	Estadística de seguidores en redes sociales (aumentar 1000 seguidores en cada red)	9/01/2024	30/12/2024	Director ejecutivo y Fiscal General Penal Militar y Policial con el apoyo de Ana María Calderón y un funcionario de la FGMP
	Realizar campañas con la relatoría del Tribunal Superior Militar y Policial.	Anual	Boletines / publicaciones/ Podcast de la Jurisprudencia del TSMP	09/10/2023	20/12/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón y un funcionario del Tribunal Superior Militar y Policial
	Gestionar acciones de coordinación con Entidades del sector Defensa para la divulgación de información.	Semestral	Informe con las acciones desarrolladas	9/01/2024	30/06/2024	Director Ejecutivo y Fiscal General Penal Militar y Policial con el apoyo de Ana María Calderón y un funcionario de la FGMP
	Presentar propuesta de presupuesto para desarrollar plan de comunicaciones.	Cada año	Propuesta aprobada	15/10/2023	20/12/2023	Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGMP
	Pautar en medios de comunicación	Tres (3) veces al año	Cuñas de radio y comerciales de televisión	9/01/2024	30/12/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón y un funcionario de la FGMP
	Gestionar entrevistas	Cuatro (4) veces al año	Artículos, noticias o menciones en medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales.	9/01/2024	30/12/2024	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina / Funcionario de apoyo de la FGMP
	Convocar ruedas de prensa (4)	Tres (3) veces al año	Artículos, noticias o menciones en medios de comunicación	9/01/2024	30/12/2024	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGMP

Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial

Carrera 46 No. 20 C - 01 (Puente Aranda)

Cantón Militar Occidental "Coronel Francisco José de Caldas", Bogotá D.C., Colombia

PBX (57-601) 5169563 Ext. 1023

Objetivo	Acciones	Frecuencia	Producto / Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
			regionales, nacionales e internacionales.			
	Monitorear la agenda mediática del país con relación a asuntos de interés de la Jurisdicción Especializada	Diaria	Registrar y socializar los artículos, noticias o menciones.	1/10/2023	30/12/2024	Jennyfer Molina/ Funcionario de apoyo de la FGPMP
	Diseño de piezas gráficas, producción multimedia, registro fotográfico y grabación de video.	Cuando se requiera	Piezas gráficas, videoclips, fotografías y audios elaborados	1/10/2023	30/12/2024	Tatiana Walteros/ Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP (misionalidad)
Articular los elementos y herramientas offline y online para transmitir adecuadamente los mensajes a los diferentes grupos de interés y de valor.	Establecer una metodología para gestionar la traducción de documentos de interés público en lenguas de comunidades indígenas del país, así como la interpretación en lenguaje de señas para los videos institucionales.	Una vez	Metodología aprobada	9/01/2024	30/04/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón/ Funcionario de apoyo de la FGPMP
	Diseñar y desarrollar la intranet de la Entidad.	Una vez	Intranet aprobada	1/10/2023	29/02/2024	Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP / Delegado Oficina TIC
	Presentar propuesta para la implementación de carteleras digitales en el Palacio de la Justicia Penal Militar y Policial.	Una vez	Propuesta presentada al Director General	1/11/2023	30/01/2024	Jennyfer Molina/ Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP / Delegado Oficina TIC
Mantener informados a los diferentes grupos de	Emitir boletines, comunicados de prensa, reportajes, crónicas,	Mensual	Boletines y comunicados de prensa publicados.	1/10/2023	30/12/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón y Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP

Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial

Carrera 46 No. 20 C - 01 (Puente Aranda)

Cantón Militar Occidental "Coronel Francisco José de Caldas", Bogotá D.C., Colombia

PBX (57-601) 5169563 Ext. 1023

Objetivo	Acciones	Frecuencia	Producto / Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
interés, con claridad, transparencia y oportunidad, sobre las actividades, servicios, proyectos y resultados	Difundir los boletines y comunicados de prensa a los medios de comunicación y gestionar su publicación en diferentes espacios.	Mensual	Registro de la divulgación de boletines y comunicados	1/10/2023	30/12/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón/ Funcionario de apoyo de la FGPMP
	Publicar información de interés en las redes sociales institucionales	Mensual	Publicaciones tipo Post o Historia	9/01/2024	30/12/2024	Director Ejecutivo con el apoyo de Ana María Calderón/ Funcionario de apoyo de la FGPMP
	Realizar la actualización del portal web de la entidad, de acuerdo con los criterios de accesibilidad, usabilidad y transparencia definidos por la Ley 1712 de 2014.	Cuando se requiera	Contenido publicado o actualizado	1/10/2023	30/12/2024	Laura Camila Orjuela / Funcionario de apoyo de la FGPMP
	Desarrollar acciones para la implementación de la intranet con información de interés general para los funcionarios administrativos y judiciales.	Trimestral	Contenido publicado o actualizado	1/03/2024	30/12/2024	Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP
Impactar la cultura organizacional	Desarrollar campañas que fortalezcan la cultura organizacional de la Entidad.	Tres (3) veces al año	Informe de Campañas desarrolladas	1/10/2023	30/12/2024	Laura Camila Orjuela/ Jennyfer Molina / Funcionario de apoyo de la FGPMP
mediante acciones de comunicación que promuevan el sentido de pertenencia, la colaboración y el reconocimiento entre los servidores de la Entidad.	Difundir información de interés para los funcionarios administrativos y judiciales a través de los canales de comunicación interna.	Cuando se requiera	Comunicaciones enviadas	1/10/2023	30/12/2024	Laura Camila Orjuela/ Funcionario de apoyo de la FGPMP

Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial

Carrera 46 No. 20 C - 01 (Puente Aranda)

Cantón Militar Occidental "Coronel Francisco José de Caldas", Bogotá D.C., Colombia

PBX (57-601) 5169563 Ext. 1023

9. PRESUPUESTO

Para la ejecución de las acciones propuestas en este Plan se estima el siguiente presupuesto:

Concepto	Presupuesto proyectado
Un (1) profesional en Comunicación Social, Comunicación Audiovisual, Diseño Gráfico, Publicidad, Diseño Multimedia o afines.	\$60.000.000
Cámara Digital Canon EOS REBEL T8i	\$4.981.050
Sennheiser AVX-COMBO Set sistema de micrófono inalámbrico combinado para montaje en cámara digital (1,9 GHz)	\$6.300.000
Micrófono inalámbrico doble de Solapa VTA para teléfono celular	\$180.000
Trípode y monópode de aluminio newer soporte para celular sab264	\$450.000
Set X3 GVM 800d-RGB Luces LED profesionales	\$2.214.000
Kit de estudio porta telones y softbox 48	\$760.000
Dron DJI mini 3 PRO con control remoto	\$5.649.000
MacBook Pro-Chip M2 Pro 16GB 512GB MNW83E/A 16 pulgadas	\$15.749.900
Desarrollo de campañas de alto impacto en medios de comunicación con cobertura nacional (públicos o privados)	\$50.000.000
Piezas publicitarias de uso permanente (Pendón, backing, banner)	\$20.000.000
Implementación de carteleras digitales	\$130.000.000
Total, presupuesto	\$296.283.950

Nota: Los recursos proyectados se ejecutarán en la vigencia 2024, siempre y cuando sean aprobados en el presupuesto para este periodo. Para la vigencia 2023, de acuerdo con el plan operativo, se gestionarán las actividades planeadas con la capacidad instalada en la Entidad.

10. SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PLAN

El grupo de comunicaciones realizará reuniones mensuales para monitorear el cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones, y presentará informe bimensual de avance y ejecución.

TIPO DE MEDICIÓN	INDICADOR	FORMULA	FRECUENCIA	META	DESCRIPCIÓN
EFICACIA	Cumplimiento Plan Operativo	$\frac{\text{Actividades ejecutadas del Plan Operativo}}{\text{Actividades programadas}} \times 100$	Trimestral	> 80%	Desarrollo de las actividades establecidas para la implementación del plan
EFFECTIVIDAD	Visibilización de la Entidad	$\frac{\text{Número de visitas en el portal web de la Entidad del año actual}}{\text{número de visitas del año anterior}} \times 100$	Cuatrimestral	> 10% anual	Aumento en el número de visitas al portal de la entidad
EFFECTIVIDAD	Visibilización de la Entidad	$\frac{\text{No. de medios que la publican noticias de la JP}}{\text{No. de medios que la publican a nivel nacional}} \times 100$	Cuatrimestral	50%	Este indicador permite visualizar el interés de usuarios sobre las noticias, publicadas en los medios.
EFFECTIVIDAD	Percepción interna de la eficacia de las comunicaciones	$\frac{\text{No. de encuestas con percepción positiva}}{\text{No. de funcionarios encuestados}} \times 100$	Anual	> 50% anual	Aumentar el % de usuarios satisfechos con las comunicaciones internas de la entidad

CONTROL DE CAMBIOS			
Versión	Fecha	Instancia de Aprobación	Descripción
1	09/10/2023	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Aprobado en la Sesión 8 del Comité Institucional de Gestión y Desempeño. Se incluye el diagnóstico, modelo de comunicaciones, plan operativo, propuesta de presupuesto e indicadores para la vigencia 2023 y 2024.