



Plan Estratégico de Comunicaciones

2026

JUSTICIA PENAL MILITAR Y POLICIAL
Grupo de Comunicaciones





Contenido

1. Introducción	3
2. Objetivo general	4
2.1. Objetivos específicos.....	5
3. Alcance.....	5
4. Marco normativo	5
5. Responsables.....	9
6. Definiciones.....	10
7. Desarrollo del plan.....	13
7.1. Diagnóstico	13
7.2. Comunicación institucional.....	18
7.3. Tipos de comunicación	20
7.3.1. Comunicación interna.....	20
7.3.2. Comunicación externa	21
7.4. Canales de comunicación.....	23
7.5. Cronograma de actividades del Plan estratégico de comunicaciones.....	24
7.6. Estrategia de comunicaciones para participación ciudadana	26
8. Presupuesto.....	28
9. Seguimiento y medición del plan	28
9.1. Indicadores	28



1. Introducción

En el marco de la planeación institucional, en articulación con los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida” en el eje de Transformación 2. Seguridad Humana y Justicia Social y el catalizador 9 Legitimidad, transparencia e integridad de las instituciones para la seguridad humana, y en cumplimiento del marco legal de la Ley 1765 de 2015 (art. 54, numeral 11), y la Resolución No. 000869 de 15 de noviembre de 2023 que estableció el Grupo de Comunicaciones de la Dirección General de la Unidad Administrativa de la Justicia Penal Militar y Policial, entre otras modificaciones, se dispuso la comunicación estratégica como instrumento de gestión al servicio de la Justicia Penal Militar y Policial y con el fin de garantizar la orientación efectiva y oportuna, a nivel interno y externo, de los temas de relevancia e interés para la entidad.

Este grupo estratégico, adscrito a la Dirección General de la Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial, tiene como finalidad apoyar de manera transversal los diferentes procesos de gestión de la entidad, para socializar y garantizar una comunicación real y efectiva a los grupos de interés y de valor. Asimismo, como parte de la estrategia de avanzada, se busca el fortalecimiento del relacionamiento interinstitucional, que dé cuenta de la visibilización de los procesos estratégicos, misionales, de apoyo y de seguimiento y evaluación que lleva a cabo esta justicia especializada.

Con fundamento en los principios de autonomía, transparencia, legitimidad e integridad, el “Plan Estratégico de Comunicaciones de la Justicia Penal Militar y Policial (JPMP) para la vigencia 2026”, articulado con el Plan de Acción Institucional (PAI), tiene el firme propósito de consolidar y posicionar la imagen institucional de la Justicia Penal Militar y Policial mediante la promoción y divulgación de información con contenido de valor comunicacional, de cara a la sociedad colombiana y comunidad internacional, en el marco de los esfuerzos del Estado colombiano por reconocer a las víctimas y prohijar una cultura institucional para la seguridad humana y la justicia social, en los que confluyan el Sector Defensa y la Justicia Penal Militar y Policial, con aplicación de los estándares internacionales de los derechos humanos (DDHH) y del derecho internacional humanitario (DIH).

Esta visión enmarcada en la dimensión de “Información y Comunicación”¹ del

¹ Al respecto se puede consultar <https://www.funcionpublica.gov.co/web/mipg/como-opera-mipg>



Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), en donde este tipo de proceso garantiza un adecuado flujo de la información que facilita la operación de la entidad a nivel interno y externo, con el relacionamiento de instituciones del sector, aliados de interés y la interacción con la sociedad colombiana, con un enfoque de participación ciudadana; 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.

Así las cosas, en el presente plan se establecen las directrices, acciones, estrategias y mecanismos que permitan la generación y difusión de información, tanto interna como externa, de la Justicia Penal Militar y Policial, de tal manera que se procure el fortalecimiento de la imagen e identidad institucional ante los grupos valor y de interés, así como la comunidad nacional e internacional, además de su articulación con la Política Integral de Comunicación Pública Estratégica para el Sector Defensa.

Lo anterior, a través de estrategias de alcance interno, de relacionamiento intersectorial, y con las comunidades judiciales, académicas, sociales y del sector administrativo, gubernamental, legislativo y ejecutivo, para afianzar los valores y dar a conocer los resultados de la gestión institucional, en procura de la consolidación de escenarios de diálogo y 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 entidad y los logros de su actuación a la comunidad en general como a los servidores vinculados a ella.

2. Objetivo general

Fortalecer la estrategia institucional de comunicación interna y externa asertiva, con el fin de divulgar las diferentes acciones institucionales que permitan consolidar, posicionar y legitimar la imagen institucional de la entidad, como parte del proceso de modernización de la gestión pública, para difundir información conforme a los principios de integridad, transparencia y confiabilidad.



2.1. Objetivos específicos

1. Mantener una estrategia institucional de comunicación interna y externa asertiva orientada a consolidar y posicionar la imagen institucional de la Justicia Penal Militar y Policial.
2. Implementar acciones que mejoren la eficacia de la comunicación interna y externa, y que promuevan la participación ciudadana.

3. Alcance

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2026 de la Justicia Penal Militar y Policial abarca la planificación, ejecución y evaluación de las acciones comunicacionales orientadas a fortalecer la visibilidad institucional, promover el diálogo con la ciudadanía y garantizar el acceso oportuno y transparente a la información pública.

Su contenido está dirigido principalmente al Grupo de Comunicaciones, las dependencias responsables de la ejecución de actividades estratégicas, los voceros oficiales de la entidad, servidores administrativos y judiciales que participan en la gestión de la comunicación institucional. El plan inicia con el diagnóstico de la situación actual, continúa con la definición de objetivos, estrategias, líneas de acción y responsabilidades, y finaliza con la aplicación de mecanismos de seguimiento, evaluación y retroalimentación que aseguren la mejora continua del proceso comunicacional.

4. Marco normativo

Para garantizar la legalidad de las acciones que se desprendan del Plan Estratégico de Comunicaciones, se tendrán en cuenta, el siguiente marco legal:



Tipo de norma	Número	Año	Descripción - epígrafe
Ley	2345	2023	<i>"Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal".</i>
Ley	1765	2015	<i>"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".</i>
Ley	1712	2014	<i>"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".</i>
Ley	1680	2013	<i>"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."</i>
Ley	1581	2012	<i>"Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales".</i>
Ley	1407	2010	<i>"Por la cual se expide el Código Penal Militar".</i>
Ley	1431	2009	<i>"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".</i>
Ley	1273	2009	<i>"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".</i>



Tipo de norma	Número	Año	Descripción - epígrafe
Ley	1266	2008	<i>"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".</i>
Ley	527	1999	<i>"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".</i>
Ley	44	1993	<i>"Por la cual se modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y se modifica la Ley 29 de 1944".</i>
Decreto	312	2021	<i>"Por el cual se fija la estructura interna de la Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial".</i>
Decreto	1008	2018	<i>"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".</i>
Decreto	1413	2017	<i>"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."</i>
Decreto	415	2016	<i>"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."</i>



Tipo de norma	Número	Año	Descripción - epígrafe
Decreto	1078	2015	"Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones".
Decreto	103	2015	"Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley 1712 de 2014 y se dictan otras disposiciones".
Decreto	1151	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".
Resolución	1519	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".
Resolución	3067	2011	"Por la cual se definen los indicadores de calidad para los servicios de telecomunicaciones y se dictan otras disposiciones."
Resolución	000869	2023	"Por la cual se establece el Grupo de Comunicaciones de la Dirección General de la Unidad Administrativa de la Justicia Penal Militar y Policial y se modifica el artículo 5° de la Resolución No. 000028 de 2022".
Directiva Presidencial	013	2024	"Directrices generales para la construcción del Plan de Austeridad del gasto para la vigencia fiscal 2025".
Directiva Presidencial	06	2024	"Adopción manual de identidad visual y lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional".
Directiva Presidencial	03	2023	"Lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional"
Circular	01	2019	"Manejo y uso de redes sociales".
Política		2013	"Política Integral de Comunicación Pública Estratégica para el Sector Defensa".



Tipo de norma	Número	Año	Descripción - epígrafe
Política	Versión 1	2022	<i>"Política para el Tratamiento de Datos Personales".</i>
Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión	6.1	2025	<i>"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".</i>
Manual de Identidad Visual de la Justicia Penal Militar y Policial	CE-MAN-001-Versión 2	2024	<i>"El manual establece e implementa directrices generales para el uso correcto de la identidad institucional de la Justicia Penal Militar y Policial, proyectando una imagen clara, coherente y consistente de cara a los distintos grupos de valor y de interés".</i>
Protocolo de Comunicaciones	CE-G-001-Versión 1	2025	<i>"Establece las directrices generales para el manejo de las comunicaciones internas y externas de la Justicia Penal Militar y Policial - JPMP asegurando la correcta divulgación de la información institucional, el uso adecuado de las comunicaciones y de la imagen de la entidad en los diferentes escenarios".</i>
Protocolo de atención a medios de comunicación	CE-GU-002-Versión 1	2025	<i>"Establece las directrices generales que permitan una relación directa y cercana entre los medios de comunicación y la Justicia Penal Militar y Policial, asegurando la correcta divulgación de información institucional".</i>
Protocolo de Interacción en redes sociales	CE-GU-003-Versión 1	2025	<i>"Establece los lineamientos para la administración y custodia de las redes sociales de la Justicia Penal Militar y Policial".</i>

5. Responsables

La Dirección General, a través del Grupo de Comunicaciones de la Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial, en articulación con el Fiscal General y el Presidente del Tribunal Superior Militar y Policial serán responsables por la ejecución del presente Plan.



Los líderes de proceso, jefes de oficina y coordinadores de grupo deberán articular su gestión con las actividades de socialización y publicación definidas en el Plan Estratégico de Comunicaciones, coordinando con el Grupo de Comunicaciones la divulgación de información misional, administrativa y estratégica, apoyando el seguimiento y cumplimiento de las acciones comunicacionales programadas.

6. 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 servidores de la entidad. 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 JPMP:** 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, vídeos 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 fílmica 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.



7. Desarrollo del plan

7.1. Diagnóstico

Previo a establecer las rutas de trabajo para la vigencia 2026, es pertinente mencionar los resultados del proceso de diagnóstico que se llevó a cabo en el año 2025, reflejados en el informe de gestión, así como en los instrumentos de planeación estratégica y seguimiento de la entidad, en el componente de Comunicación Estratégica Institucional. De ello se extrae fundamentalmente, las siguientes conclusiones:

- ✓ En el 2025, el Grupo de Comunicaciones desarrolló e implementó una estrategia integral de comunicaciones para posicionar a la JPMP a través de la campaña denominada **"La Justicia que se ve"** que fortaleció la conexión entre la jurisdicción y la ciudadanía, promoviendo confianza, transparencia y cercanía institucional. A través de productos gráficos y multimedia se difundieron resultados de la administración de justicia y gestión administrativa.
- ✓ Desde el Grupo de Comunicaciones se llevó a cabo un acercamiento estratégico con el fin de lograr la inclusión de la jurisdicción especializada en los Premios Excelencia a la Justicia; adicionalmente se incentivó la participación de los funcionarios judiciales en la edición 2025 de estos galardones, recibiendo por primera vez el reconocimiento a Mejor Sentencia de Juzgado por Impacto Social. Así mismo, la JPMP recibió una nominación en la categoría Mejor Sentencia de Tribunal Superior por Impacto Jurídico.
- ✓ Se realizó la publicación de las dos primeras ediciones de la revista digital especializada de la JPMP, que se consolidó como un espacio estratégico para la difusión de contenidos alineados con la misión institucional, además de convertirse en un escenario de conocimiento y reflexión para funcionarios, académicos e invitados que deseen aportar a esta iniciativa editorial.
- ✓ El trabajo de relacionamiento institucional y acercamiento con los medios de comunicación, liderado por el Grupo de Comunicaciones durante la vigencia 2025, ha permitido que la Justicia Penal Militar y Policial mantenga una presencia activa en la agenda mediática nacional, resultado también de la difusión permanente de boletines y comunicados de prensa (89),



principalmente sobre decisiones judiciales y la gestión administrativa.

Según el monitoreo diario de medios, durante la vigencia 2025 se registraron 135 noticias y menciones sobre esta jurisdicción especializada en medios nacionales, regionales e internacionales, incluyendo prensa, portales digitales y plataformas de radio y televisión.

- ✓ Se consolidó una gestión comunicacional integral y coherente mediante la coordinación con las oficinas de prensa del Sector Defensa, las Fuerzas Militares y la Policía Nacional, fortaleciendo la difusión de la campaña de comunicaciones **"La Justicia que se ve"** y la divulgación de información de interés institucional. Esta articulación permitió la publicación de carruseles informativos en Facebook e Instagram con el apoyo del Ministerio de Defensa Nacional a través de sus cuentas oficiales, así como la difusión de una cuña radial en las emisoras del Ejército Nacional y la Policía Nacional, ampliando significativamente el alcance del mensaje institucional.
- ✓ En el 2025 se logró un crecimiento significativo en seguidores e interacciones con la ciudadanía en las cuentas oficiales de la Justicia Penal Militar y Policial en redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube). A continuación, se detallan los resultados alcanzados:

Redes sociales/ Categorías	Instagram	Facebook	YouTube
Visualizaciones	128.507	132.098	
Visitas	3.992	54.000	9.331
Seguidores o suscriptores	1.075	1.927	232

- ✓ El Grupo de Comunicaciones elaboró y socializó los protocolos de Atención a Medios de Comunicación, Interacción en Redes Sociales y Comunicaciones 2025 de la Justicia Penal Militar y Policial, documentos diseñados para establecer las directrices generales para el manejo de las comunicaciones internas y externas de la entidad, asegurando la correcta difusión de información institucional, uso adecuado de las comunicaciones, imagen institucional y las redes sociales.
- ✓ En el 2025, el Grupo de Comunicaciones tuvo a cargo la organización de los actos protocolarios y la convocatoria a medios de comunicación para la



inauguración de cinco sedes judiciales de la JPMP ubicadas en Santa Marta, Buenavista (La Guajira), Bucaramanga, Montería y Cúcuta, en los cuales se contó con la participación de entidades gubernamentales, autoridades municipales y departamentales, representantes de la rama judicial, entes de control, personerías, comandantes de unidades Militares y de Policía, y periodistas, acercando la justicia a las regiones y fortaleciendo la relación con la ciudadanía.

- ✓ La Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial alcanzó un puntaje de 95 sobre 100 en el Índice de Transparencia y Acceso a la Información Pública (ITA), según el Reporte de Auditoría ITA 0998 de la Procuraduría General de la Nación para la vigencia 2025. Este sobresaliente resultado fue posible gracias al liderazgo del Grupo de Comunicaciones y al trabajo articulado con las dependencias administrativas, mediante el diligenciamiento oportuno del autodiagnóstico dispuesto por el ente de control y la implementación previa de actualizaciones y ajustes para asegurar el cumplimiento de la Ley 1712 de 2014.
- ✓ En el marco de la transparencia y de la política de participación ciudadana en la gestión pública, la Justicia Penal Militar y Policial diseñó e implementó el Plan de Participación Ciudadana y la Estrategia de Participación Ciudadana y de Rendición de Cuentas 2025-2026. Estos instrumentos de planeación se articulan para facilitar el diálogo participativo, propositivo e incidente de la entidad con la ciudadanía, los grupos de interés, las veedurías ciudadanas, los entes de control, la academia y otras entidades a nivel nacional, los cuales pueden ser consultados en la sección de transparencia de la página web de la entidad.

A partir de ello, se ha reformulado la estrategia comunicacional de la entidad, en procura de su actualización a la planeación provista desde de la Justicia Penal Militar y Policial, enfocada en dos puntos nodales: (i) fortalecer, ejecutar y mantener una estrategia institucional de comunicación interna y externa asertiva orientada a consolidar y posicionar la imagen institucional de la Justicia Penal Militar y Policial, así como, (ii) la articulación desde la perspectiva comunicacional para garantizar la participación ciudadana de grupos de interés y de las comunidades relacionadas y la sociedad en general, en la presentación de los resultados de gestión institucional.

A fin de lograr estos objetivos, se profundizará en: el monitoreo de las redes sociales y páginas de información institucional para su actualización constante,



se participará activamente en las mesas de trabajo donde se definan líneas de manejo comunicacional; se procurará el apoyo a los voceros oficiales en la atención de prensa y su relacionamiento; se ejecutará una acción de enfoque comunicacional dirigida a las decisiones emanadas por la Dirección Ejecutiva, la Fiscalía General Penal Militar y Policial, la primera y segunda instancia, y se aunarán esfuerzos por lograr acuerdos de entendimiento con medios públicos y privados para la comunicación y alcance efectivo de información de interés de la entidad; se procurará mantener la actualización de la estrategia comunicacional de la entidad en las matrices de seguimiento, con base en los lineamientos de la Presidencia y demás autoridades que orientan la gestión administrativa y planeación estratégica.

Adicionalmente, se dará continuidad a las acciones que se diseñaron e implementaron desde la vigencia 2025, particularmente en el uso de técnicas para la percepción de los funcionarios administrativos y judiciales, frente a la gestión de la información comunicacional, de los canales y el flujo de la información al interior de la entidad y fuera de ella, permitiendo que este insumo facilite un monitoreo, que acompañado con el Sistema de Calidad, sirva para atender aquellos escenarios que requieren tanto su priorización como aquellos que resulten novedosos para los grupos focales a los que se dirigen la estrategia comunicacional.

Con ello, se pretende continuar en la mejora de los resultados de percepción obtenidos en periodos anteriores, en los frentes de:

1. Gestión del Grupo de Comunicaciones de la Dirección General, como un agente del cambio en las acciones de gestión, que sirve como articulador entre la administración y su interacción con los grupos de interés y de valor.
2. La implementación de campañas de divulgación efectiva, en canales oficiales propios y de aliados estratégicos de medios de comunicación y redes sociales y de entidades del sector defensa, que permitan visibilizar las decisiones de la Jurisdicción Penal Militar y Policial, creando impacto y posicionándola en los enlaces de interés nacional y del tránsito en índices de consulta de contenidos digitales.
3. Apoyar a la Alta Dirección en la implementación de una estrategia de interiorización de la imagen, de los valores e identidad institucional, que procure el comportamiento ético y las buenas prácticas.



4. Apoyar a la Alta Dirección en la consolidación de una ruta de escucha, hacia el personal que conforma la Unidad a nivel central y por regiones.

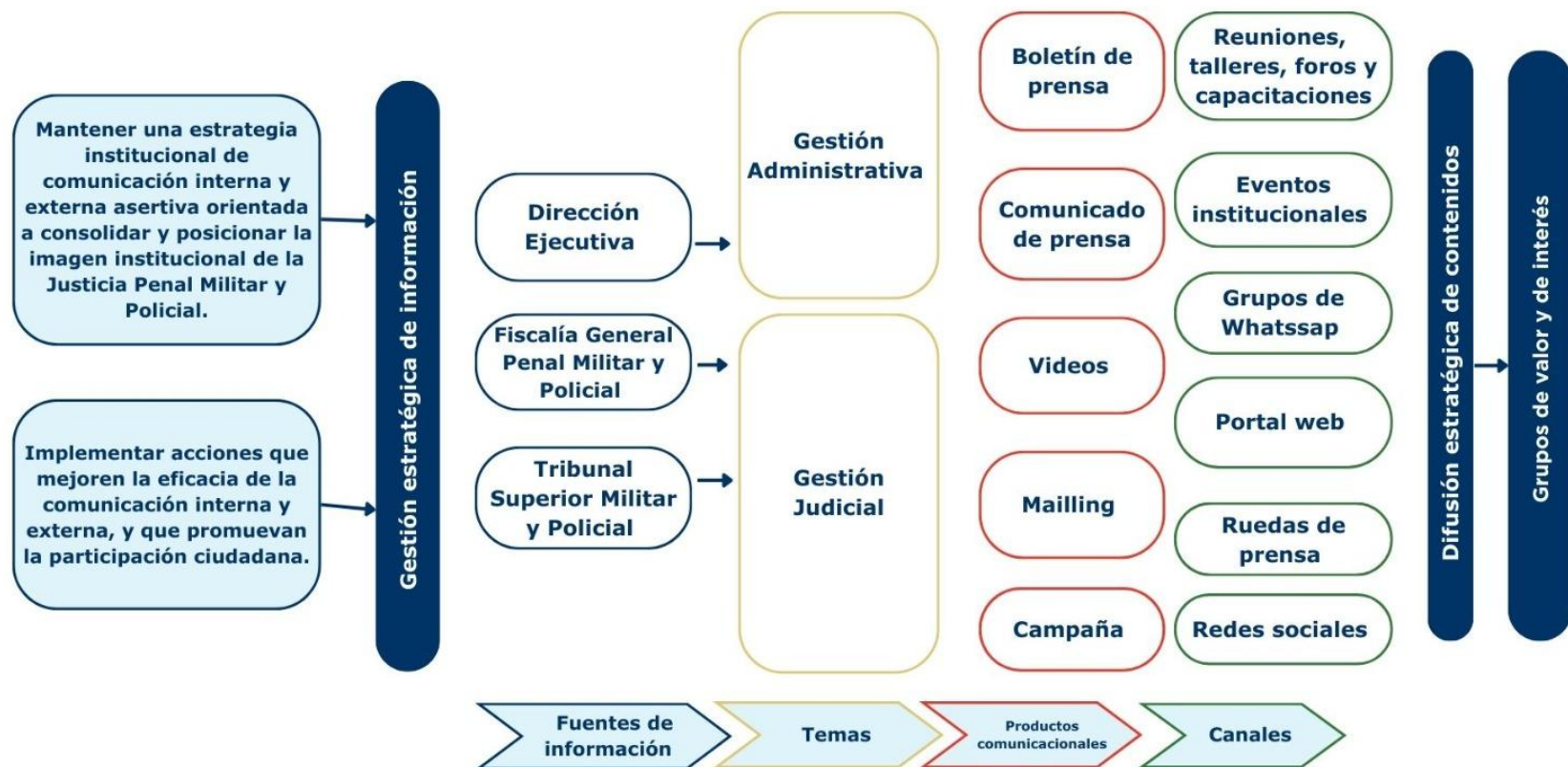
En este sentido, se coordinará con las oficinas de comunicaciones del Ministerio de Defensa, las Fuerzas Militares y la Policía Nacional para ampliar el alcance de los mensajes institucionales y difundir información de interés a través de sus canales oficiales. Esta gestión no implicará costos adicionales ni requerirá presupuesto extra, se realizará conforme a las directrices de transparencia y austeridad en el gasto.

Finalmente, como grupo de trabajo transversal a la gestión de la Justicia Penal Militar y Policial, procurará articularse con todas las unidades y dependencias de la entidad, para crear una sincronía de su actividad, en procura de una acción consciente del clima organizacional y de las relaciones interpersonales, que se gestionan desde la inteligencia emocional y la acción comunicativa con pensamiento crítico, con un paradigma de empatía y diálogo asertivo.

7.2. Comunicación institucional



Modelo de comunicaciones de la Justicia Penal Militar y Policial



Fuente: Elaboración propia -Grupo de Comunicaciones.



7.3. 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.

7.3.1. 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 y 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.
- 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 PQRS.
- Imagen e identidad corporativa.

7.3.2. 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, el Fiscal General Penal Militar y Policial, y el Presidente del Tribunal Superior Militar y Policial, gestionará las relaciones de la entidad con los medios de comunicación.



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, investigadores y estudiantes

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:

- Imagen e identidad institucional de la JPMP.
- Espacios de diálogo y participación ciudadana habilitados por la Entidad.
- Resultados de la gestión administrativa y judicial.
- Avances y retos de la implementación del Sistema Penal Oral 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.
- Criterios diferenciales de accesibilidad a la información pública de la Entidad.

7.4. Canales de comunicación

Para la divulgación de información a sus grupos de interés y de valor, con base en el análisis y diagnóstico efectuado, la Entidad cuenta con los siguientes canales de comunicación:

Canales y espacios	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

Canal	Alcance
Comunicaciones físicas	Interno / Externo
Redes sociales:	Interno / Externo
- X @UAEJPMP_Col - @TribunalJPMPCol - @FiscaliaJPMPCol	
- Facebook @JusticiaMilitarCol	
- Instagram @JusticiaMilitarCol	
- YouTube @JusticiaPenalMilitaryPolicia	

La Dirección Ejecutiva, la Fiscalía General y el Tribunal Superior Militar y Policial, en articulación con el 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 presentarse en los formatos preestablecidos en el Manual de Identidad Visual - versión 2.

7.5. Cronograma de actividades del Plan estratégico de comunicaciones

A continuación, se presentan las actividades que se desplegarán por parte del Grupo de Comunicaciones para esta vigencia 2026, teniendo en cuenta los dos objetivos específicos propuestos.

Objetivo	Actividades	Frecuencia	Producto /Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
Mantener una estrategia institucional de comunicación interna y externa asertiva orientada a consolidar y posicionar la imagen institucional de la Justicia Penal Militar y Policial.	Elaborar e implementar la estrategia de comunicaciones para la prevención del delito.	Una Vez	Documento de la estrategia de prevención del delito	02/03/2026	31/03/2026	Grupo de Comunicaciones
		Cuatro (4) veces al año	Piezas Comunicacionales	02/03/2026	30/11/2026	Grupo de Comunicaciones
		Dos (2) veces al año	Videoclips	02/03/2026	30/11/2026	Grupo de Comunicaciones
	Promover la participación ciudadana y amplificar el alcance de los contenidos publicados en redes sociales, con mayor presencia digital de la entidad.	Una Vez	Documento de la estrategia digital para las redes sociales aprobado	02/03/2026	31/03/2026	Grupo de Comunicaciones
		Dos (2) veces al año	Informe de métricas	02/03/2026	30/10/2026	Grupo de Comunicaciones
		Tres (3) veces al año	Realizar piezas comunicacionales	02/03/2026	30/11/2026	Grupo de Comunicaciones
	Realizar curso de JPMP para periodistas.	Una Vez	Informe de la realización del curso de periodistas	02/03/2026	31/08/2026	Grupo de Comunicaciones

Objetivo	Actividades	Frecuencia	Producto /Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
Mantener una estrategia institucional de comunicación interna y externa asertiva orientada a consolidar y posicionar la imagen institucional de la Justicia Penal Militar y Policial.	Emitir boletines, y comunicados de prensa.	Mensual	Boletines y comunicados de prensa publicados.	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Gestionar entrevistas y ruedas de prensa	Cuatro (4) veces al año	Artículos, noticias o menciones en medios de comunicación regionales, nacionales e internacionales.	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Liderar la gestión de contenidos, el diseño y la diagramación de la revista digital de la Justicia Penal Militar y Policial.	Dos (2) veces al año	Revista digital	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	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.	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Actualizar el manual de identidad visual	Una vez	Manual de identidad visual aprobado y socializado	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones

Objetivo	Actividades	Frecuencia	Producto /Entregable	Fecha de Inicio	Fecha Fin	Responsable
Implementar acciones que mejoren la eficacia de la comunicación interna y externa, y que promuevan la participación ciudadana.	Socializar el Plan de Comunicaciones	Una vez	Soportes de publicación en la página web institucional y correo electrónico de socialización interna.	02/03/2026	31/03/2026	Grupo de Comunicaciones
	Identificar necesidades y actualizaciones a realizar a la página web de la entidad y la intranet.	Una vez	Diagnóstico de necesidades	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Difundir información de interés para los funcionarios administrativos y judiciales a través de los canales de comunicación interna.	Cuando se requiera	Comunicaciones enviadas	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones

7.6. Estrategia de comunicaciones para participación ciudadana

Conforme al objetivo específico del presente plan relacionado con “Implementar acciones que mejoren la eficacia de la comunicación interna y externa, y que promuevan la participación ciudadana” y en cumplimiento a lo establecido por el artículo 7 de la Ley 1712 de 2014, los lineamientos de la política de Participación Ciudadana en la Gestión Pública y el Plan de Participación Ciudadana, enmarcada en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, se hace necesario establecer una estrategia de comunicación interna y externa que facilite el diálogo en doble vía entre la entidad y sus grupos de interés y de valor.

De acuerdo con el artículo 2 de la Ley 1757 de 2015, esta estrategia de comunicación de la Justicia Penal Militar y Policial deberá incluir el desarrollo de acciones que promuevan la participación ciudadana en todo el ciclo de la gestión pública (planeación, ejecución y evaluación). A continuación, se presenta el cronograma de las actividades que se realizarán durante la vigencia:

Objetivo	Acciones	Frecuencia	Producto /Entregable	Fecha de inicio	Fecha Fin	Responsable
Implementar acciones que mejoren la eficacia de la comunicación interna y externa, y que promuevan la participación ciudadana.	Publicar y socializar los documentos e información de la gestión institucional requerida por las dependencias.	Cuando se requiera	Matriz de publicación de información en la página web institucional y difusión por los diferentes medios de comunicación.	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Actualizar los canales de publicación y divulgación a través de los cuales la Entidad dispondrá la información necesaria para el ejercicio de rendición de cuentas.	Una vez	Soportes de publicación y divulgación de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Publicación y difusión de eventos Institucionales de la UAE-JPMP	Cuando se requiera	Soportes de difusión y publicación de eventos Institucionales	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Socializar la oferta institucional y los espacios de participación ciudadana mediante post y/o historias en redes sociales.	Cuando se requiera	Soportes de socialización	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones
	Implementar estrategia pedagógica y comunicativa para reforzar el significado que tiene para los servidores el ejercicio de la función pública y su responsabilidad con la ciudadanía en relación con la apropiación del código de ética e integridad.	Dos (2) veces al año	Documento de la estrategia y evidencias de la implementación	02/03/2026	18/12/2026	Grupo de Comunicaciones - Grupo de Talento Humano

8. Presupuesto

Para la ejecución de las acciones propuestas por el Grupo de Comunicaciones se hará con la gestión directa del talento humano y recursos propios digitales institucionales, según capacidad operativa instalada, de la Unidad Administrativa Especial de la Justicia Penal Militar y Policial, ello atendiendo a los lineamientos presidenciales en materia de austeridad del gasto, por lo que se preferirán los canales oficiales y el uso de medios digitales para la divulgación de la información, sin asignación de recursos para pautas o pagos de derechos de emisión de contenidos en campañas.

9. Seguimiento y medición del plan

El Grupo de Comunicaciones de la Dirección General realizará reuniones mensuales para monitorear el cumplimiento del Plan Estratégico de Comunicaciones, y presentará informe trimestral de avance y ejecución.

9.1. Indicadores

De manera general, se realizará la medición del cumplimiento del presente Plan a través del resultado de los siguientes indicadores:

Indicador	Naturaleza	Variable A	Variable B	Unidad de medida	Periodicidad	Fórmula de cálculo y meta
Porcentaje de cumplimiento del Plan Operativo de Comunicaciones.	EFICACIA / Objetivo: Medir el cumplimiento de las actividades programadas en el Plan Operativo de Comunicaciones	Número de actividades ejecutadas del Plan Operativo	Actividades programadas	%	Trimestral	$(A/B) \times 100$ Meta: 100%
Incremento en la visibilización de la Entidad en la página web.	EFFECTIVIDAD/ Objetivo: Medir el aumento de la visibilización de la página web de acuerdo con el número de visitas recibidas.	Número de visitas en el portal web de la entidad del periodo actual	Número de visitas en el periodo anterior	%	Bimestral	$(A/B) \times 100$ Meta: $\geq 10\%$



Indicador	Naturaleza	Variable A	Variable B	Unidad de medida	Periodicidad	Fórmula de cálculo y meta
Porcentaje de Visibilización de la Entidad en medios de comunicación.	EFFECTIVIDAD/ Objetivo: Medir la visibilización de la entidad en los medios de comunicación a nivel nacional.	Número de medios que publican noticias de la JPMP	Número de medios que publican a nivel nacional	%	Cuatrimestral	$(A/B) \times 100$ Meta: 10%
Porcentaje de percepción interna de la efectividad de las comunicaciones	EFFECTIVIDAD/ Objetivo: Medir la efectividad de las comunicaciones internas de la entidad.	Número de encuestas con percepción positiva	Número de encuestas	%	Anual	$(A/B) \times 100$ Meta: 80%
Porcentaje de percepción externa de la efectividad de las comunicaciones	EFFECTIVIDAD/ Objetivo: Medir la efectividad de las comunicaciones externas de la entidad.	Número de encuestas con percepción positiva	Número de encuestas	%	Anual	$(A/B) \times 100$ Meta: 80%

CONTROL DE CAMBIOS			
Versión	Fecha	Instancia de Aprobación	Descripción
1	24/02/2026	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Versión inicial del documento para la vigencia 2026. Aprobado por Comité Institucional de Gestión y Desempeño Sesión 2.