

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 1 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES



Bogotá D.C., Noviembre 2023

MC-MO-02
V.4

 UNIDAD DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 2 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

TABLA DE CONTENIDO

1.	JUSTIFICACIÓN - MARCO DE REFERENCIA.....	5
1.1	Misión de la Unidad de Restitución de Tierras.....	5
1.2	Visión de la Unidad de Restitución de Tierras	5
1.3	Objetivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.....	5
2.	Análisis de Situación	5
2.1.	Diagnóstico de Comunicaciones Externas.....	5
3.	Plan Estratégico de Comunicaciones 2023.....	6
3.1.	Objetivo general.....	6
3.2.	Objetivos específicos	6
3.3.	Audiencias.....	6
3.4.	Mensajes estratégicos	7
4.	Componentes del Plan Estratégico de Comunicaciones 2023.....	7
4.1	COMUNICACIÓN INTERNA.....	7
4.1.1.	JUSTIFICACIÓN DEL CONTEXTO	7
4.1.1.	Objetivo del componente estratégico de Comunidad Interna	8
4.1.2.	Objetivos generales de Comunicación Interna.....	8
4.1.3.	Objetivos específicos de la estrategia de comunicación interna y fortalecimiento de las comunicaciones ..	8
4.1.4.	Audiencia de la Comunicación Interna	9
4.1.5.	Acciones y metas	9
4.1.7.	Canales de comunicación interna utilizados.....	10
4.1.7.1.	Correo electrónico	10
4.1.7.2.	Cartelera o Pantalla digital.....	10
4.1.7.3.	Página WEB – Intranet.....	11
4.1.7.4	Publicaciones, estrategias y herramienta de comunicación interna.....	11
4.1.7.5.	Boletín interno ComUnidad	11
4.1.7.6.	Intranet Comunidad.....	11
4.1.7.7.	URT al día.....	12
4.1.7.8	Campañas internas.....	12
4.1.7.9.	Solicitud de piezas o publicaciones de comunicación interna.....	12
4.1.7.10.	La Unidad celebra.....	12
4.2.	COMUNICACIÓN EXTERNA	13
4.2.1.	Objetivo del componente estratégico de Comunicación externa	13
4.2.2.	Objetivos específicos de comunicación externa	14
4.2.3.	Audiencias de la Comunicación Externa.....	14
4.2.4.	Acciones y metas.....	14
5.1.	COMUNICACIÓN COMUNITARIA.....	16
6.	RECURSOS.....	17
.	REQUERIMIENTOS LOGISTICOS	17
6.	RECURSOS HUMANOS.....	17

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 3 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

7.	ANÁLISIS DE RIESGOS.....	17
8.	INDICADOR.....	17
9.	PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN.....	17
10.	CONTROL DE CAMBIOS.....	17

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 4 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

ANTECEDENTES Y DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN - INTRODUCCIÓN

La Oficina Asesora de Comunicaciones de ahora en adelante denominada (OAC) de la Unidad de Restitución de Tierras a partir de ahora (URT), bajo las disposiciones de la Ley 1448 de 2011 y la Resolución 170 de 2015, hace parte de los procesos estratégicos de la institución y tiene bajo su responsabilidad establecer y cumplir la política de comunicaciones que rige a la entidad. Esto, mediante una línea clara de difusión que, amparada en el Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida", contribuya al logro de objetivos en pro de las víctimas de despojo y/o abandono forzado de tierras en Colombia.

Con este fin, la OAC da a conocer el presente Plan Estratégico de Comunicaciones, documento que establece los lineamientos que debe cumplir para responder a un propósito común: realizar acciones de divulgación y socialización que permitan posicionar a la URT entre sus grupos de interés internos y externos, a través de la implementación de estrategias que faciliten el flujo de información. Así mismo, la labor de la OAC busca fortalecer la cultura organizacional y se constituye en una pieza clave para la transmisión de un mensaje contundente a la ciudadanía en general y en especial a las víctimas de la violencia y/o interesados en el proceso.

En ese sentido, la divulgación general a cargo de la OAC respalda el cumplimiento de la misión y la visión de la Unidad de Restitución de Tierras. De igual forma, la gestión de las comunicaciones es un proceso transversal y estratégico que aporta al cumplimiento de los objetivos misionales y de apoyo de la organización, los cuales se alinean con el Plan Nacional de Desarrollo que lidera el Gobierno Nacional y las directrices que emite el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

La gestión de las comunicaciones en la URT determina la narrativa que construye la política de restitución de tierras, entendiendo dicha narrativa como el parámetro que asume toda la institución para dar a conocer al público (interno o externo) cualquier información que emita. Así pues, la dinámica de la Oficina Asesora de Comunicaciones, en procura de hacer efectiva esta labor trabaja sobre tres líneas: 1) Comunicación Interna; 2) Comunicación Externa; 3) Comunicación Comunitaria.

- **Comunicación Interna:** se entiende como el componente idóneo para crear y consolidar mecanismos que faciliten el flujo de información concerniente a procesos internos de la entidad, así como contribuir a la comprensión de los procesos organizacionales, fortalecer la identidad y propósitos institucionales, la cultura y clima organizacional y el sentido de pertenencia.
- **Comunicación Externa:** se encarga de construir los mensajes y establecer los canales de comunicación idóneos para difundir de manera oportuna las acciones que lidera la Unidad de Restitución de Tierras para restablecer los derechos de las víctimas de abandono forzado y/o despojo de tierras. Esta labor busca que la comunidad, la sociedad civil, la opinión pública y la ciudadanía en general conozca la restitución de tierras, los avances en su gestión y contrarreste los riesgos que puedan desvirtuar el quehacer de la entidad.
- **Comunicación Comunitaria:** En el marco de la estrategia de comunicaciones de la Unidad de Restitución de Tierras, se busca fortalecer y ampliar la participación, inclusión y enfoque diferencial de la comunicación comunitaria. Potenciar el relacionamiento y la gestión de espacios de difusión de contenidos, a través de medios de comunicación comunitaria como un instrumento de permanente contacto con la ciudadanía rural y urbana para compartir el proceso de restitución en los territorios.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente documento da cuenta en detalle de la línea base de la Oficina Asesora de Comunicaciones y su funcionamiento como líder del proceso estratégico de gestión de las comunicaciones.

Entre las competencias de la OAC se encuentran: impartir lineamientos, liderar procesos de comunicación, establecer las rutas de trabajo para mejorar los flujos de información, fortalecer la cultura institucional, clima organizacional y los procesos de conocimiento y comprensión del quehacer organizacional. Así mismo, generar mayor confianza en la institucionalidad y unificar los mensajes internos y externos que configuran el criterio de la entidad, todo como aporte de manera transversal al cumplimiento de las metas institucionales.

Por tanto, en el marco del Plan Estratégico de Comunicaciones, el talento humano de la Unidad de Restitución de Tierras contará con las herramientas y con los respectivos protocolos para dar a conocer información interna y externa que responda las palabras rectoras que son: asertividad, efectividad, armonización y participación.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 5 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

La OAC define la metodología de los procesos que adelantará para la implementación de su plan de trabajo y fortalecimiento, que facilitará la planeación, la gestión y el seguimiento a partir de 5 impactos:

1. Posicionamiento (o reconocimiento) Institucional.
2. Asertividad de las comunicaciones externas.
3. Efectividad de las comunicaciones internas.
4. Participación, inclusión y enfoque diferencial de las comunicaciones comunitarias.
5. Fortalecimiento Organizacional.

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la URT se propone contribuir con el ‘Gobierno del cambio’ en el fortalecimiento institucional, transformación y armonización de la vida de las víctimas de abandono y/o despojo forzado de tierras por la violencia, así como con la consolidación de los enfoques diferenciales, de género y territoriales; manteniendo el foco en los impactos del proceso de restitución y reafirmando las líneas de mensaje establecidas desde las justicias transicional reparadora, ambiental, social y económica.

Las acciones establecidas en el Plan Estratégico también buscan la construcción, promoción y difusión de una cultura corporativa que refleje el clima organizacional, articulando los procesos internos y externos a través de las líneas de comunicación externa, interna y comunitaria. La OAC, desde su competencia, emprenderá tareas que contribuyan a fortalecer el relacionamiento con sus públicos para el cumplimiento de la misión y visión de la URT bajo los siguientes principios:

1. Trato digno
2. No revictimización
3. Calidad humana
4. Justicia social, ambiental y económica
5. Armonización

A partir de esta perspectiva y teniendo en cuenta el propósito del proceso de Gestión de las Comunicaciones, a continuación, se especifican los objetivos, las estrategias y líneas de trabajo con las que la OAC busca difundir el alcance y los resultados de la Ley 1448 de 2011 y los Decretos Leyes 4633 y 4635 de 2011, proceso para restablecer los derechos territoriales a comunidades étnicas.

Atendiendo las líneas de comunicación dadas desde Presidencia de la República, el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y la propia Unidad de Restitución de Tierras, se plantean los siguientes mensajes claves en el proceso de Gestión de las Comunicaciones:

1. Demostrar que cumplimos lo que prometemos y saldamos deuda histórica con el campo.
2. Mostrar cómo se pone en marcha la política agraria.
3. Evidenciar el trabajo que se está haciendo para lograr la seguridad alimentaria, la competitividad y la producción sostenible y en armonía con la naturaleza.
4. Dar a conocer el proceso de inclusión de los pequeños productores y a la mujer rural en la cadena productiva y colectiva.

En ese orden de ideas la Unidad de Restitución de Tierras plantea como propósito y mensaje superior “Restituimos tierras para armonizar la vida y la naturaleza” en el que se afianzarán postulados como: trabajamos para una armonización con la naturaleza haciendo de la ruralidad colombiana un espacio equitativo, productivo y en paz, con tierras formalizadas y productivas, con mejores condiciones de vida para su gente, que garantice la seguridad y soberanía alimentaria y afiance la construcción de la ‘Paz Total’. Trabajamos desde el territorio para avanzar hacia la reconciliación.

La Unidad de Restitución de Tierras llegará a zonas de difícil acceso con el respaldo de la institucionalidad y las organizaciones sociales. Esos espacios serán socializados para garantizar el restablecimiento de los derechos de las víctimas de violencia. Mostraremos la entrega material de los predios, la asignación de los recursos para proyectos productivos y las acciones para fortalecer el cumplimiento de las órdenes de las sentencias de restitución.

La OAC a través de sus líneas de trabajo de comunicación externa, interna y comunitaria, promoverá y acompañará encuentros, diálogo de saberes y proceso de gestión del conocimiento.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 6 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

1. JUSTIFICACIÓN - MARCO DE REFERENCIA

Este documento ha sido construido teniendo en cuenta los elementos que sustentan y orientan la política de restitución de tierras, en concordancia con la Ley 1448 de 2011 la cual fue prorrogada por 10 años más a través de la Ley 2078 de 2021 y bajo el mandato de la misión y visión de la Unidad de Restitución de Tierras y la Ley 1712 de 2014, por la cual se regula el derecho de acceso a la información pública.

Para el 2023, el proceso de Gestión de las Comunicaciones dará a conocer a los públicos de interés internos y externos el plan que ha diseñado el Gobierno del Presidente Gustavo Petro, para restablecer los derechos de las víctimas afectadas por el abandono forzado y/o despojo de tierras y avanzar hacia el camino de la 'Paz Total', a través de los pilares de justicia social, económica y ambiental.

1.1 Misión de la Unidad de Restitución de Tierras

Somos la entidad del Gobierno Nacional que actúa como órgano administrativo de la restitución de tierras y territorios, permitiendo la protección y el reconocimiento de los derechos y la reparación integral de las víctimas de despojo y abandono forzado, aportando al desarrollo rural, la consolidación y la construcción de la paz.

1.2 Visión de la Unidad de Restitución de Tierras

En 2031, habremos contribuido a la reparación integral de las víctimas de abandono y/o despojo, al desarrollo rural y a la construcción de la paz en Colombia, a partir de la gestión para el goce efectivo del derecho fundamental a la restitución jurídica y material de tierras y territorios".

1.3 Objetivo de la Oficina Asesora de Comunicaciones

La OAC lidera el proceso de Gestión de Comunicaciones y su objetivo general es: "realizar actividades de divulgación y socialización de la información a los grupos de interés de la Unidad, por medio de la asesoría y acompañamiento a las instancias que presentan necesidades de comunicación, con el fin de posicionar y generar contenidos que sean de utilidad. Gestionar de manera estratégica los eventos del nivel directivo para dar cumplimiento de los objetivos de la organización".

Por lo anterior, la OAC teniendo como base los procedimientos establecidos para el cumplimiento de las metas, ha definido los lineamientos e impactos necesarios para el alcance de dicho objetivo. Asimismo, de ser necesario, durante el periodo de vigencia de este plan, la OAC evidenciará los factores de riesgo que puedan afectar el cumplimiento de las metas y acudirá a los protocolos para responder a eventuales crisis que se generen en la institución.

2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1 DIAGNÓSTICO DE LAS COMUNICACIONES

La comunicación es el medio por excelencia para promover diálogo, participación, conocimiento y cambio de actitudes en las comunidades, lo que facilita el desarrollo de procesos que les permiten a las víctimas del conflicto avanzar y adoptar la restitución de tierras como una nueva oportunidad para retornar a sus orígenes, transformar y armonizar sus vidas, al tiempo que construyen un país con mayores niveles de igualdad, amparados en el Plan Nacional de Desarrollo "Colombia potencia mundial de la vida".

El alcance de los logros trazados en materia de comunicación requiere un análisis permanente que tenga en cuenta factores negativos como la desinformación o la tergiversación, entre otros, que pueden llegar a impactar negativamente la reputación institucional ante la opinión pública y/o los usuarios de la política de restitución. Ante esto, se expone el siguiente diagnóstico que da cuenta de los principales riesgos que corre el proceso de restitución a los ojos de los periodistas, de los medios de comunicación y el público objetivo, así como las posibles repercusiones que derivan de estos riesgos.

Problemas identificados	<ul style="list-style-type: none"> Desconocimiento general sobre el proceso de restitución de tierras (sus etapas) por parte de los actores involucrados. Falta de información a los solicitantes sobre el estado de los procesos de restitución de tierras. Desinformación proveniente de contradictores que distorsiona el avance y los resultados del proceso de restitución.
--------------------------------	---

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 7 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

Impactos del problema	<ul style="list-style-type: none"> • Debilidad en las competencias de los colaboradores para ocupar sus cargos. • Mala imagen de la entidad ante usuarios inconformes por falta de información y claridad de los procesos. • Difamación y desinformación por parte de contradictores del proceso de restitución de tierras. • Percepción de inoperancia ante la opinión pública y la institucionalidad. • Incertidumbre de los reclamantes de tierra ante la efectividad de la política de restitución. • Opinión pública difundiendo mensajes errados acerca del proceso de restitución de tierras, dando la idea de que esta política ha fracasado, y desconociendo sus avances. • Desconfianza ante el Estado, respecto a su actuación en el proceso de restitución de tierras y como garante de derechos.
------------------------------	--

3. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2023

La Oficina Asesora de Comunicaciones orienta su quehacer a través de las tres líneas de acción enunciadas (Comunicación Interna, Comunicación Externa, Comunicación Comunitaria). Con ellas, la OAC aporta estratégicamente al cumplimiento de las metas de la Unidad de Restitución de Tierras (URT), que buscan armonizar las vidas y territorios de las víctimas de la violencia. La información que difunde la entidad se complementa con el mensaje del Gobierno Nacional el cual busca consolidar la Paz Total poniendo en el centro de reparación a las víctimas mediante una justicia transicional reparadora.

3.1. Objetivo general

Fortalecer las líneas de divulgación encaminadas a informar, a los grupos de interés definidos, los avances y alcances de la política de restitución de tierras en Colombia, a través de diferentes canales de comunicación (externos e internos), para posicionar y afianzar con mensajes el compromiso del Gobierno Nacional con las víctimas, a través de la Unidad de Restitución de Tierras.

3.2. Objetivos específicos

- Reforzar el papel de la Unidad de Restitución de Tierras como entidad oficial, vigente y sólida, con continuidad para restituir la tierra a las víctimas de abandono forzado y/o despojo en Colombia implementando la Ley 1448 de 2011.
- Dar a conocer los retos a los que se enfrenta la entidad, de cara al fin de la vigencia de la Ley 1448 de 2011 y las metas trazadas.
- Proyectar la labor de la Unidad de Restitución de Tierras como aporte indispensable al desarrollo económico y social de las familias y comunidades restituidas, enmarcado en el cumplimiento de los pilares gubernamentales de legalidad, emprendimiento y equidad.

3.3. Audiencias

El público objetivo al que van dirigidas las acciones de comunicación de la Oficina Asesora de Comunicaciones, se divide en dos grupos: interno y externo. Por el primero se entiende el grupo de colaboradores que integran el equipo humano y profesional de la Unidad de Restitución de Tierras en todo el país. El segundo grupo hace referencia a la opinión pública, la ciudadanía en general y las víctimas, con derecho a ser informadas sobre el proceso de restitución de tierras, para validar la gestión de la política. En procura de alcanzar una mayor audiencia de tipo externo, la OAC hace difusión de la gestión de la Unidad a través de medios de comunicación y líderes de opinión que representan un público objetivo.

Descripción de los públicos externos:

- Víctimas de violencia (campesinos, comunidades indígenas y afrodescendientes, mujeres, jóvenes).
- Opinión pública (ciudadanía, medios de comunicación y líderes de opinión).
- Estado (jueces y magistrados, Fuerza Pública, entes de control, entidades del Sistema Nacional para la Atención Reparatoria Integral a las Víctimas, entidades del Gobierno Nacional)
- Comunidad internacional (cooperantes, organizaciones no gubernamentales, organismos internacionales).
- Academia (centros de pensamiento nacionales e internacionales, observatorios académicos, investigadores).

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 8 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

3.4. Mensajes estratégicos

El trabajo de la Unidad de Restitución de Tierras se adelantará teniendo en cuenta los cinco pilares que se han establecido para cumplir con el restablecimiento de los derechos a las víctimas de abandono forzado y/o despojo de tierras, establecidos así:

1. **Transformación de los procesos internos:** se refiere a los cambios sustanciales al interior de la entidad para agilizar la restitución de tierras en el territorio. Ejemplo: revisión de las solicitudes no inscritas en el Registro de Tierras Despojadas y Abandonadas Forzosamente, RTDAF.
2. **Articulación interinstitucional:** esta acción se adelantará con entidades del orden nacional con el fin de lograr que en cada una de las fases de la nueva estrategia, se garanticen los derechos de todas las personas que están vinculadas a la restitución de tierras y el cumplimiento efectivo de las órdenes.
3. **Articulación con el movimiento de víctimas:** responderá a las realidades territoriales y buscará el relacionamiento con las organizaciones sociales, para avanzar en los estudios de las solicitudes de restitución en su fase administrativa y el cumplimiento de las órdenes impartidas en sentencia en la etapa de posfallo.
4. **Relacionamiento con la justicia:** se afianzará el trabajo con la justicia para lograr que la restitución de tierras y sus medidas de reparación, respondan a las necesidades que tienen quienes reclaman legítimamente sus propiedades.
5. **Manos unidas por la restitución de tierras:** busca que las organizaciones del orden internacional, desde sus competencias y en el marco de la construcción de la paz, contribuyan al fortalecimiento de la gestión de la entidad, de tal manera que se conviertan en medidas de reparación integrales a quienes buscan superar la triste página del despojo y abandono forzado de tierras.

4. COMPONENTES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2023

La Oficina Asesora de Comunicaciones enmarca su trabajo en tres líneas de divulgación: comunicación externa, interna y comunitaria, con la que busca afianzar el asertividad en sus procesos externos, la efectividad en la comunicación interna y la participación para fortalecer sus relaciones en el territorio y la naturaleza con el propósito de armonizar la cultura organizacional y la gestión del conocimiento.

4.1. COMUNICACIÓN INTERNA

4.1.1. JUSTIFICACIÓN Y CONTEXTO

La comunicación interna ha pasado de tener un carácter instrumental, a ser considerada una función estratégica de la alta dirección, cada vez más tecnificada y especializada. Así mismo, la comunicación interna pasó de tener un objetivo meramente informativo, para evolucionar hasta convertirse en un recurso indispensable para la transmisión de la cultura, los valores, la imagen y la estrategia de la Organización.

La alta dirección ha comprendido que, para fortalecer su papel estratégico en el cumplimiento de los objetivos institucionales, el apoyo de la comunicación interna es esencial. Así mismo se ha entendido que la irrupción de la tecnología y los nuevos canales y herramientas de comunicación digital, como las redes sociales, la inteligencia artificial, entre otros, han fortalecido el rol de los miembros de una organización como los primeros embajadores de la reputación y la marca, razón por la cual resulta vital que estén bien alineados con los pilares estratégicos de la dirección general.

Entre los principales objetivos de comunicación interna se resaltan; la promoción y difusión de la cultura institucional, la mejora continua del liderazgo, la motivación e implicación de quienes conforman la organización, la construcción y circulación del conocimiento, la información de políticas, principios y valores, así como la comunicación de logros, estrategias y objetivos estratégicos institucionales.

Para que la comunicación interna fortalezca su posición dentro de las organizaciones, es esencial tener claridad sobre su impacto y su contribución a los resultados, razón por la cual, la medición y la evaluación periódica es uno de los temas que más ocupan actualmente a los profesionales de comunicación interna en la URT

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 9 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

La importancia estratégica de la comunicación interna se extiende a los departamentos dedicados a esta función que tienen el reto trascender el enfoque a la ejecución de tareas, para orientar sus estrategias y tiempo a lograr impactos, incidir y generar contenido transformador, así como a planificar y diseñar la estrategia de comunicación con foco en los impactos y la evaluación continua de resultados cuantitativos y cualitativos.

Para poner en marcha una estrategia de comunicación interna es vital contar con el apoyo de la dirección y la disposición de los recursos necesarios para ejecutarla. La estrategia de comunicación interna se enmarca en la estrategia general de comunicación que, a su vez, debe estar alineada con la estrategia de gestión humana y los objetivos o líneas estratégicas de la institución. Si no existe esta alineación, se producirán incoherencias que afectarán tanto a la imagen como a la buena marcha de la institución.

Es en ese sentido que la Oficina Asesora de Comunicaciones de la URT se propone a contribuir con el gobierno del cambio; específicamente con un enfoque de fortalecimiento institucional y en la consolidación de los enfoques diferenciales, de género y territoriales, manteniendo el foco en los resultados del proceso de restitución y transformación social de las poblaciones de víctimas impactadas.

Así mismo la OAC busca apoyar la construcción de una cultura corporativa que sea resultado de un buen clima de trabajo, alineando las estrategias de comunicación interna, externa y comunitaria, con las estrategias de Talento Humano, siguiendo los ejes del gobierno nacional en esta materia, que se enfocan en mejorar las condiciones de trabajo y bienestar de la gente bajo 3 ejes clave:

6. Trato digno
7. No revictimización
8. Calidad humana

4.1.2. Objetivo del componente estratégico de Comunicación Interna

Divulgar e incidir, a través de estrategias, mensajes, herramientas y los medios internos de comunicación información de interés general, valores, políticas, principios, retos y resultados de la gestión de la URT a los colaboradores de la entidad.

4.1.3. Objetivos generales de Comunicación Interna

- Divulgar información de interés interno a los colaboradores de la URT.
- Generar vínculos de compromiso y sentido de pertenencia entre los colaboradores de la URT.
- Orientar y gestionar solicitudes de las áreas de la URT, en materia de comunicación interna.

4.1.4. Objetivos específicos de la estrategia de comunicación interna y fortalecimiento de las comunicaciones.

Objetivos estratégicos para el fortalecimiento	Alcances / Impactos Comunicación Interna
Apoyar la construcción e impulsar la cultura corporativa en coordinación con Talento Humano.	Socialización de la misión, visión y valores de la organización para fortalecer los valores y la identidad corporativa de la URT.
Unificar a toda la institución en el desarrollo de su visión estratégica.	Comprensión de la estrategia institucional, trazada por la dirección general. Identidad con los objetivos de la URT.
Gestionar y transmitir la imagen institucional.	Gestión de imagen institucional que influye altamente en la reputación institucional.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 10 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

Fortalecer el liderazgo de la institución.	Fortalecimiento del liderazgo de personas y equipos con estrategias de comunicación interna como herramienta transformadora de liderazgo
Dinamizar el sentido de pertenencia y cohesión de la institución.	Cohesión institucional; cuando los colaboradores se sienten parte de la entidad, estarán comprometidos con su estrategia y dinámica organizacional
Mejorar el clima laboral en articulación con la dirección de Talento Humano.	Articulación con Gestión y Talento Humano. Una buena gestión de la comunicación interna ayuda a la reducción de conflictividad al interior de la organización.
Contribuir a mejorar los resultados de la empresa.	Claridad de contribución. A través de la socialización de logros, procesos internos, funciones y responsables
Acompañar la gestión del cambio y transformación.	Gestión del cambio. A través de estrategias pedagógicas para la adecuación de la URT a la transformación de procesos, estilos de liderazgo y resistencia al cambio.
Alinear la información externa, interna y comunitaria, bajo los mismos lineamientos estratégicos y de contenido.	Incidencia en los resultados. La alineación de la comunicación interna, externa y comunitaria hace posible la integración estratégica el cumplimiento de la misión y visión de la URT
Informar de manera oportuna y pertinente a la organización.	Actualización y oportunidad en la información Innovación constante a través de canales internos establecidos.

4.1.5. Audiencias de la Comunicación Interna

Las acciones de comunicación interna que realiza la Oficina Asesora de Comunicaciones de la URT van dirigidas y competen única y exclusivamente a todos los servidores y servidoras de la entidad, entre lo que están incluidos los miembros del sindicato.

4.1.6. Acciones y metas 2023

Objetivo	Objetivo Específico	Acción	Meta
Divulgar a través de los medios internos de comunicación información de interés general, retos y resultados de la gestión de la URT a los colaboradores de la entidad.	Divulgar información de interés interno a los colaboradores de la URT.	Producir y difundir a todos los colaboradores el boletín interno ComUnidad.	6 boletines en 2023.
	"URT al Día" resumen de los hechos más significativos de la semana.	Producir y difundir a todos los colaboradores el resumen de los hechos más significativos de la semana.	20 URT al Día en 2023
	Campañas de Comunicación Interna.	Producir y desarrollar campañas sobre líneas estratégicas y coyunturales.	8 campañas
	Eventos de Comunicación Interna.	Diseñar y producir eventos estratégicos de comunicación interna	5 eventos

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 11 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

	Manual de Comunicación Interna.	Diseñar y producir el Manual de Comunicación Interna	1 manual
	Recibir las solicitudes de las áreas de la URT, en materia de comunicación interna.	Atender los requerimientos a través de formulario en línea de comunicación interna URT.	Por demanda

Tabla 1. Acciones y metas - Comunicación Interna
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones

4.1.7. Canales de comunicación interna utilizados

Los siguientes son los medios, canales y herramientas para socializar la información emitida por parte de la Unidad de Restitución de Tierras, la cual busca promover el uso correcto de material disponible para el cumplimiento de las funciones, así como impartir lineamientos para la buena implementación de las herramientas con las que cuenta la entidad.

Es importante distinguir entre canales y publicaciones de comunicación interna. Entre los canales de comunicación interna la URT cuenta con:

4.1.7.1. Correo electrónico

Esta herramienta es exclusivamente para uso institucional:

- El lenguaje utilizado debe ser prudente, respetuoso y regirse bajo los lineamientos dados por la Oficina de Tecnologías de la Información (OTI) en su plan del buen uso del correo electrónico institucional, a través de las etiquetas.
- La Oficina Asesora de Comunicaciones seguirá los lineamientos de la Oficina de Tecnologías de la Información con respecto a las políticas de seguridad de la información, relacionadas con el uso del correo electrónico.
- Para enviar correos masivos al interior de la URT, se debe contar con la autorización de OTI y la asesoría de la Oficina Asesora de Comunicaciones. La OAC enviará correos masivos internos a través del correo comunicaciones@urt.gov.co

4.1.7.2. Cartelera o pantalla digital

Este canal de comunicación interna está al alcance de todos y todas; colaboradores colaboradoras de la URT como el primer medio disponible de consulta interna. Para el uso efectivo y programación de este canal o medio de comunicación interna, se crearon las siguientes líneas temáticas:

1. **Información institucional y administrativa:** Resoluciones, circulares, información general, estrategias de las áreas, actividades y eventos de bienestar.
2. **Campañas de talento humano: Rostros y Rastros** es un espacio para socializar y hacer reconocimiento a los colaboradores, de acuerdo con parámetros alineados con Talento Humano. Se publican los rostros y la función principal de los colaboradores a través de imágenes fotográficas. Se presentan los rostros y rastros de las dependencias: Social, catastral, jurídica, grupo fondo, DAE, C4, planeación, financiera, administrativa talento humano, control interno, control Interno Disciplinario, comunicaciones. Las imágenes se dividirán por áreas y por regiones del país para ser proyectadas (Región Caribe, Región Andina, Región Pacífica, Región Orinoquia, Región de la Amazonia)
3. **Historias de restitución.** A través de este espacio los colaboradores de la entidad conocerán por medio de historias cortas, los testimonios de beneficiarios de restitución, historias de transformación y territorios restituidos, **así como campañas como VOLVER y FRUTOS DE LA RESTITUCIÓN**
4. **Avisos sobre diferentes actividades y eventos.** Las carteleras son el canal idóneo para hacer anuncios de interés interno de las diferentes dependencias y socializar celebraciones, eventos, conmemoraciones, etc
5. **Campañas pedagógicas:** En este espacio digital se publican piezas con contenido pedagógico de diferentes campañas internas

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 12 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

6. **Campañas culturales: Caminando la palabra** es una campaña con mensajes y conceptos que identifican a los diferentes grupos o comunidades beneficiarios de la URT. Campesinos, indígenas, afro. Celebraciones emblemáticas y de interés para la misión de la URT serán publicadas mediante mensajes inspiradores.

4.1.7.3. Página Web - Intranet

La **página web** es el canal institucional de comunicación interna y externa que se usa para informar procedimientos, decretos, información sobre la estructura organizacional, noticias de la URT, novedades y todo lo referente a información de interés interno y externo.

Intranet: Este canal se convierte en el sitio web de consulta para todos los colaboradores, donde se encontrará la estructura de los procesos URT, lineamientos y formatos requeridos para cumplir con el Sistema Integrado de Gestión. Adicionalmente, cada área misional y dirección territorial cuenta con su microsítio para montar y actualizar la información de gestión y eventos.

4.1.7.4. Publicaciones, estrategias y herramientas de comunicación interna

Las publicaciones y herramientas de comunicación interna son resultado de la estrategia de la OAC para la creación de contenidos y mensajes que se difunden por los diferentes canales. Son medios de materializar las estrategias con las cuales se busca incidir en las diferentes audiencias internas de la Institución.

Las siguientes son las publicaciones, estrategias y herramientas de comunicación interna con las cuales cuenta la URT

4.1.7.5. Boletín Interno En ComUnidad

Boletín interno institucional, inicialmente de publicación bimensual, que se redefinió de manera mensual para que las noticias, contenidos e historias que se publican estén siempre actualizadas. En esta publicación se desarrollan contenidos e información de interés para toda la institución y se pretende que los colaboradores se enteren de los temas de interés de la ComUnidad URT, relacionados con el relacionamiento, el quehacer organizacional y el cumplimiento de la misión, tanto a nivel central como territorial.

Igualmente, el boletín En ComUnidad es considerado el principal órgano de comunicación interna que destaca las diferentes actividades y disposiciones de la administración y la dirección general que se deben conocer a nivel institucional. Este boletín se difunde a través de correos electrónicos de todos los colaboradores de la URT desde el correo de comunicaciones que maneja la Oficina Asesora de Comunicaciones.

El boletín contiene las siguientes secciones:

- **Editorial; Hablemos con el Director:** una columna escrita por el Director General de la URT o los directores de las dependencias misionales, que trata temas de impacto del mes y un saludo a los colaboradores de la URT.
- **Especial del mes:** En esta sección se desarrolla a profundidad la noticia, estrategia, logro o noticia más destacada en el mes, en temas de restitución.
- **Fue noticia:** Contiene una o dos noticias de tipo interno o externo que haya tenido impacto en el mes
- **Entérate:** notas y temas de interés para todos, (comunicados importantes, sistema de calidad, gestión de las áreas).
- **URT en la región:** resumen de las noticias más importantes del mes en la URT y sus distintas direcciones territoriales.
- **Se destaca que...** En esta sección se busca destacar un acontecimiento que marque un logro inédito, un hito o un momento único en el cumplimiento de la misión
- **Volver:** En este capítulo se publica una historia de restitución que tenga impacto especial en territorio o a nivel nacional
- **¿Y Cómo fue?** Sección que relata una historia, una crónica con tono de anécdota o experiencia especial que viven los funcionarios y funcionarias en cumplimiento de su misión de restitución
- **Nuestros saberes.** Esta sección se ha destinado a hacer visible un saber especial, una innovación o un conocimiento que aporte a la misionalidad, al trabajo de un equipo y de una persona en el ejercicio de sus funciones.

El siguiente es el proceso de edición y producción Consejo Editorial En ComUnidad:

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 13 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

- Consejo editorial, se convoca mensualmente para definir todas las secciones y contenidos, así como los responsables de escribir para este boletín, y están sujetas a salir parcial o totalmente a criterio del consejo editorial que se convoca para elegir los temas, con la jefe de la OAC a la cabeza.
- Armada de maqueta; Proceso de recolección y armada de todos los artículos escritos por los comunicadores de nivel central y territorial, así como de otros funcionarios invitados. En este proceso se seleccionan las fotos o apoyos gráficos de diseño
- Revisión de estilo; proceso que se realiza para unificar estilo, revisar ortografía y reforzar enfoque y pertinencia de los artículos
- Diseño y diagramación a cargo del equipo de diseño de la OAC
- Aprobación de la jefe de la OAC
- Publicación a cargo del productor y editor. Se difunde a través del correo masivo de comunicación interna

4.1.7.6. URT al día: Publicación quincenal que contiene noticias destacadas en las redes sociales de la URT. Estas se enlazan a la redes en las cuales están publicadas las diferentes noticias y tiene el objetivo de motivar a las audiencias internas a seguir las redes de la URT y estar enterados de las noticias e información que circula al exterior de la URT. El proceso de producción y publicación es:

- Revisión y selección de las noticias destacadas en redes, a cargo del editor/a
- Edición de contenidos para la publicación, a cargo del comunicador editor/editora
- Corrección de estilo; a cargo de otra comunicadora de la OAC
- Diseño en plantilla para su publicación, a cargo del líder de diseño de la OAC
- Difusión por correo electrónico masivo a toda la institución, a cargo del editor

4.1.7.7. URT en 60 cápsula informativa en formato de video, de un minuto de contenidos sobre acciones y procesos de restitución. A cargo de los directores del nivel central y regional. Se invita a los directores territoriales y de nivel central que en 60 segundos sintetizan el impacto y objetivo de la actividad, logro o noticia que quieren destacar.

4.1.7.8. Campañas internas: Es la estrategia de comunicación interna con la cual se planea y se diseñan los contenidos, canales y herramientas sobre un tema propio de la OAC o por solicitud de otras áreas, para destacar algún proceso, novedad, noticia, conmemoración, logro o gestión importante de las diferentes áreas.

- Se define y diseña el tipo de campaña, el impacto, se definen los contenidos y mensajes clave, canales y herramientas.
- Se comparte para aprobación del área que la solicita o de la jefe de la OAC
- Se genera una solicitud de diseño de piezas y canales sugeridos para lograr el impacto esperado
- Se realizan las piezas digitales o impresas que se plantean en el diseño de la campaña
- Se aprueban las diferentes piezas para generar la o las publicaciones finales
- Se publican en los diferentes canales. Las dependencias que las solicitan realizan su propia publicación y la OAC publica sus campañas propias o a solicitud especial del área que la solicita, sujeta a tráfico de producción y publicación que tiene la OAC

4.1.7.9. Solicitudes de piezas o publicaciones de comunicación interna: Las solicitudes provenientes de las diferentes áreas se tramitan dentro del siguiente proceso:

- Se recibe la solicitud y se valida la información recibida, en formato de solicitud de comunicación interna
- Se solicita información complementaria y aclaración de enfoques e impactos esperados
- Se diseña la pieza, piezas o campañas requeridas.
- Se envía al área solicitante para aprobación
- Se hacen ajustes requeridos para producir diseño y piezas digitales aprobados
- Cada área publica sus piezas por sus correos institucionales

4.1.7.10. La Unidad celebra:

Esta es una nueva publicación que toma fuerza propia y se creó con el fin de consolidar y compartir con toda la entidad, las actividades de bienestar y Talento Humano tales como cumpleaños, conmemoración de fechas especiales, eventos y otras actividades internas que armonizan la convivencia de la comunidad URT.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 14 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

La Ley 1448 y los Decretos Leyes 4633 y 4635 de 2011 son el punto de partida por parte del Gobierno Nacional para restablecer los derechos de quienes fueron víctimas de abandono forzado y/o despojo de tierras a causa de la violencia en Colombia.

La labor de organización y transformación del territorio nacional, a través de esta política de Estado, es la que se está dando a conocer a los colombianos en diversos medios de comunicación, en parte con la implementación del presente Plan Estratégico de Comunicaciones, en el que la línea de Comunicación Externa es un componente indispensable. Esta línea permite exponer la gestión y las acciones de la URT dirigidas al público externo y da a conocer a las víctimas y a la ciudadanía en general los mecanismos de acceso a los beneficios de la política de restitución de tierras, principalmente a través de medios de comunicación masivos. En esta misión es clave, la veracidad, el lenguaje, la periodicidad y la cobertura que se tenga.

Esta línea involucra el trabajo de relacionamiento interinstitucional. Desarrollar material pedagógico que permitan acercar el quehacer institucional a las comunidades y al territorio. Mantener la relación constante con los medios de comunicación. Generar información para las redes sociales oficiales de la entidad, cada una de ellas cuenta con características propias para dar a conocer los avances, el cumplimiento de metas, las historias de cambio de los beneficiarios, las comunidades y los territorios impactados con esta política de Estado.

Uno de los puntos que se han convertido en estratégicos para las entidades y en especial para las entidades del Estado es utilizar las redes sociales como herramienta estratégica para la difusión de información. En la Unidad de Restitución de Tierras se utilizan las siguientes redes: Facebook, X, Instagram y YouTube. El uso de las redes sociales es básicamente para socializar información de la Entidad teniendo en cuenta que las audiencias que manejan cada una de las redes en mención y por tal razón es clave destacar cuáles son los contenidos más relevantes para cada una de las redes.

De esta manera, se busca generar contenidos de más alta calidad, relevantes para la audiencia y con un lenguaje más simple, para que todos los colombianos y colombianas conozcan que hace el proceso de restitución de tierras.

Para segmentar la información de acuerdo a la red en la que se va a publicar:

“X”

Es la red política por excelencia. Nos ayuda a potencializar las noticias y permite un lenguaje más técnico. Por la rapidez de su naturaleza, es donde más contenidos se publican. Nos concentraremos en noticias, eventos y ampliar el alcance de los comunicados de prensa emitidos por las territoriales. Es nuestro día a día.

Facebook

Allí se encuentran nuestros beneficiarios, los campesinos y las comunidades en los territorios. Esta red se usa para contenidos pedagógicos, invitaciones a las jornadas de atención e historias de éxito, contadas por los mismos beneficiarios. Esto nos ayuda a visibilizar el trabajo liderado por la Entidad mediante un lenguaje extremadamente sencillo y emotivo.

Instagram

La naturaleza de esta red es la imagen, nos aporta al posicionamiento y es más afín a jóvenes. Aquí podemos encontrar los beneficiarios que ya tienen marcas establecidas, como parte de sus proyectos productivos “Frutos de la Restitución”. Aquí publicamos contenido que cuenten con buenas fotografías y videos cortos de historias de vida de nuestros beneficiarios. Es la política de restitución de tierras ya en materia de cumplimiento de órdenes.

YouTube

Esta red social tiene su vocación en la socialización de videos con diferentes propósitos. Para el caso de la Unidad de Restitución de Tierras el canal de socialización de información se dedica a compartir todo el contenido audiovisual de la entidad.

De esta manera las cuatro redes se complementan y distribuimos eficientemente el contenido total que produce la Unidad desde todas sus territoriales.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 15 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

4.2.1. Objetivo del componente estratégico de Comunicación Externa

Informar el proceso de restitución de tierras, el rol de la URT y el beneficio social que han implicado los avances de esta política de Estado para todos los colombianos y demás grupos de interés.

4.2.2. Objetivos específicos de Comunicación Externa

- Divulgar a los públicos externos de interés la gestión de la URT.
- Analizar y hacer seguimiento a las informaciones publicadas en medios de comunicación y redes sociales.
- Fortalecer la difusión de información en medios de comunicación masiva nacionales y regionales.
- Afianzar las relaciones entre los ciudadanos del común y la Unidad de Restitución de Tierras.
- Implementar la política editorial de la Unidad de Restitución de Tierras.
- Apoyar la divulgación de la Rendición de Cuentas de la URT.

4.2.3. Audiencias de la Comunicación Externa

De manera preliminar, y en pro de optimizar la estrategia de Comunicación Externa, la Oficina Asesora de Comunicaciones ha segmentado sus tipos de audiencias en los siguientes grupos objetivos:

- Víctimas de la violencia.
- Medios de comunicación internacionales, nacionales y regionales.
- Líderes de opinión.
- Opositores.
- Jueces y magistrados.
- Fuerza Pública.
- Entes de control.
- ONG y organismos internacionales.
- Academia.
- Entidades del SNARIV.
- Entidades del Gobierno Nacional.
- Gremios.

Teniendo en cuenta lo anterior y con base en los objetivos de la Comunicación Externa, la OAC ha diseñado los siguientes instrumentos para dar cumplimiento a la meta de afianzar los procesos de comunicación con los diversos grupos vinculados a la restitución de tierras y fortalecer el mensaje de reparación integral para las víctimas de la violencia, como eje estratégico para la construcción de paz en el territorio.

4.2.4. Acciones y metas

Objetivo	Objetivo Específico	Actividad	Meta
Informar el proceso de restitución de tierras, el rol de la URT y el beneficio social que ha implicado los avances de esta política de Estado de restitución de tierras para todos los colombianos y demás grupos de interés.	Divulgar a los públicos externos y de interés la gestión de la URT a través de diferentes canales de comunicación generados por la Oficina Asesora de Comunicaciones y con previa aprobación a su publicación.	Construir y publicar en página web boletines de prensa para dar a conocer, a los públicos de interés, la gestión de la URT. Esta información se publica con previa aprobación de las áreas generadoras de la información, en un lenguaje cercano e idóneo para la opinión pública en general y los públicos interesados en el proceso de restablecimiento de derechos contemplado en la restitución de tierras.	300 boletines publicados en 2023 50 rondas de medios. 20 relatos de vida.
		A partir de la información generada por parte de la Unidad de Restitución de Tierras y sus 16 Direcciones Territoriales, buscamos hacer pedagogía frente a cómo y quiénes pueden acceder al proceso de restitución de tierras.	2.200 notas publicadas en 2023.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 16 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

Objetivo	Objetivo Específico	Actividad	Meta
		<p>Esto tiene como premisa enterar a las víctimas de abandono forzado y/o despojo de tierras sobre cómo acceder a los beneficios que imparte la Ley 1448 de 2011. A su vez explicarle a la población que es un proceso gratuito.</p> <p>Esto se adelanta de manera constante a través de los canales de comunicación credos y alimentados por la Oficina Asesora de Comunicaciones (página web, redes social – Facebook, Instagram, “X”, YouTube y el relacionamiento constante con medios de comunicación nacional y regional).</p>	
		<p>Likes en redes sociales</p>	<p>Publicaciones interacciones y 2200 interacciones. URT en 60 segundos.</p>
	<p>Publicación edictos: difusión órdenes judiciales</p>		<p>2.000 publicaciones de edictos 2023: -página web 5.000 -prensa y radio 7.000</p>
<p>Analizar y hacer seguimiento a las informaciones publicadas en medios de comunicación y redes sociales.</p>	<p>Realizar informe de monitoreo de noticias de la URT y sus voceros en medios de comunicación nacionales y regionales.</p> <p>La Oficina Asesora de Comunicaciones realizar Monitoreo Diario de Noticias en el que se reporta el alcance de la información generada por la entidad a través de los medios de comunicación nacional y regional.</p> <p>A su vez se recopila toda la información que hace mención a la entidad o al proceso de restitución de tierras tanto en medios tradicionales de información como medios digitales y redes sociales.</p>		<p>9 informes de Análisis y Medición en 2023.</p>
<p>Fortalecer la difusión en medios de comunicación masiva internacionales, nacionales y regionales.</p>	<p>Publicaciones en los medios de comunicación con los directivos de la URT.</p>		<p>50 rondas de medios 2.500 notas publicadas en 2023</p>
<p>Afianzar las relaciones entre los ciudadanos del común y la Unidad de Restitución de Tierras.</p>	<p>Promover la participación ciudadana en los espacios dispuestos por la Entidad (Foros).</p>		<p>50 eventos estratégicos 2 foros en 2023</p>
<p>Implementar la política editorial de la Unidad de Restitución de Tierras.</p>	<p>Revisar y tramitar solicitudes de publicaciones impresas o digitales para la difusión de la misionalidad de la URT.</p>		<p>Por demanda</p>
<p>Apoyar la divulgación de la Rendición de Cuentas de la URT.</p>	<p>Realizar informe de la estrategia de divulgación para las audiencias públicas de Rendición de Cuentas de la URT.</p>		<p>1</p>

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 17 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

Tabla 2. Acciones y metas - Comunicación Externa
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones

5.1 COMUNICACIÓN COMUNITARIA

En el marco de la estrategia de comunicaciones de la Unidad de Restitución de Tierras, se busca fortalecer y ampliar la participación, inclusión y enfoque diferencial de la comunicación comunitaria como un componente estratégico de la Oficina Asesora de Comunicaciones y narrar con dos propósitos:

1. Potenciar el relacionamiento y la gestión de espacios de difusión de contenidos, a través de medios de comunicación comunitaria como un instrumento de permanente contacto con la ciudadanía rural y urbana para compartir el proceso de restitución en los territorios.
2. Crear contenidos (cápsulas sonoras, podcast, audiogramas), con narrativas locales diversas, comunitarias y representativas desde la oralidad de las personas campesinas, afro e indígenas, como una forma de participación e inclusión del proceso dinamizado por la URT.

Estrategia	Indicador	Objetivo
Producción del proyecto narrativo "Caminando la palabra" con la voz del Director y su equipo, para exaltar en la agenda pública las fechas claves asociadas a la misionalidad de la URT.	# de piezas comunicativas en fechas claves.	16 piezas cápsulas. 16 audiogramas producidos y distribuidos en los canales de la URT,
Gestionar espacios de difusión en medios comunitarios a nivel regional y/o nacional.	# de emisoras comunitarias difundiendo contenido de URT y espacios gratuitos en medios.	40 emisoras comunitarias difundiendo material de la URT.
Producción del proyecto narrativo "Con los pies en la tierra" para difundir historias de la restitución con las voces de campesinos, afros e indígenas.	# de podcast producidos con historias de comunidades campesinas y étnicas.	14 podcast publicados en plataformas.
Fortalecer el relacionamiento con los medios de comunicación comunitario.	# de entrevistas con medios de comunicación comunitaria (vía telefónica) con el director y/o subdirectora (ronda de medios)	20 entrevistas a voceros de la URT en medios comunitarios.
Realizar talleres de socialización para al menos 30 reporteros/as comunitarios y de pueblos étnicos.	# de talleres de socialización en rutas de la restitución	2 talleres de socialización
Realizar 40 cápsulas informativas	# de cápsulas realizadas sobre número de cápsulas publicadas	40 cápsulas publicadas.

Tabla 3. Acciones y metas - Comunicación Comunitaria
Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones

Premisas de trabajo

- El valor de la palabra es fundamental en un proceso de comunicación comunitaria el cual considere todas las voces y culturas. Es una oportunidad de reconocimiento en sociedades vulneradas y silenciadas.
- La oralidad es una de las tradiciones colombianas y es un espacio de creación narrativa para explicar, divulgar mensajes y crear cohesión.

	UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL DE GESTIÓN DE RESTITUCIÓN DE TIERRAS DESPOJADAS	PÁGINA: 18 DE 18
	PROCESO: GESTIÓN DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: CO-ES-02
	PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	VERSIÓN: 8

Clasificación de la Información: Publica Reservada Clasificada

Fecha de aprobación:

Canales

- Emisoras comunitarias
- Plataformas digitales
- Canales de televisión locales y comunitarios

Criterios para la producción de piezas y acciones de comunicación

- Brevedad
- Sencillez
- Territorialidad
- Multiculturalidad /Pluralidad
- Alegría
- Participación
- Inclusión
- Enfoque diferencial

6. RECURSOS HUMANOS

La Oficina Asesora de Comunicaciones cuenta con profesionales calificados y con las competencias y experiencia necesaria para llevar a cabo las diferentes actividades que conforman el Plan estratégico de comunicaciones.

7. ANÁLISIS DE RIESGOS

El mapa de riesgos del proceso de comunicaciones se actualizó en la vigencia 2022 y este ejercicio evidenció 4 riesgos de los cuales uno de ellos es de corrupción y tres de gestión a los cuales se les realizó el tratamiento de riesgos y se arrojaron los respectivos controles, a los cuales se les realizan los seguimientos respectivos para identificar si se ha materializado el riesgo en el proceso.

8. INDICADOR

El cumplimiento de las metas del Plan Estratégico de Comunicaciones para la vigencia 2023, va encaminado al cumplimiento del Plan de Acción y por ende está sometido a los seguimientos mensuales que se realizan. De acuerdo con los lineamientos establecidos por la Unidad de Restitución de Tierras, a través de la Oficina Asesora de Planeación, para el seguimiento y evaluación a los diversos planes se reportará el cumplimiento de las actividades por medio del Plan de Acción.

9. PARTICIPANTES EN LA ELABORACIÓN

Participaron en la elaboración del documento: Gloria Estela Pinilla Vásquez (Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones), Henny Porras (Contratista), Martha Isabel Caicedo (Funcionaria - Oficina Asesora de Comunicaciones), Natalia Pinzón Velásquez (Contratista - Oficina Asesora de Comunicaciones) y Mónica Liliana Valdés (Contratista - Oficina Asesora de Comunicaciones)

10. CONTROL DE CAMBIOS

A continuación, son enunciados los ítems a los que, frente a la versión anterior del Plan Estratégico de Comunicaciones, les fueron realizadas varias modificaciones:

- Ajuste tabla de contenido.
- Ajuste de información en línea de comunicación interna
- Ajuste en línea de comunicación comunitaria