	DIRECTIVA	Código: No. 0030
		Fecha: 09 NOV 2012
		Página: 1 de 8

Bogotá, 07 de noviembre de 2012

PARA: FUNCIONARIOS MIGRACIÓN COLOMBIA

DE: DIRECTOR UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL MIGRACIÓN COLOMBIA

ASUNTO: POLÍTICA DE COMUNICACIONES

1. VIGENCIA

A partir de la fecha de su expedición.

2. FINALIDAD DE LA POLÍTICA

Adoptar la Política de Comunicaciones y establecer un lineamiento claro con los públicos de interés que tiene la Entidad, particularmente la ciudadanía que utiliza nuestros servicios en los treinta y cuatro (34) puestos de control migratorio, veintisiete (27) Centros Facilitadores de Servicios Migratorios y en todos y cada uno de los procedimientos de verificación que realicen nuestras áreas misionales, con un sustento ético, que repercuta en favorables niveles de confianza de la ciudadanía y de los funcionarios hacia Migración Colombia, en lo que atañe a su gestión misional y servicios que presta.

3. ALCANCE

Dirigida a todos los funcionarios de la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia.

4. MARCO LEGAL

- **Constitución Política de Colombia de 1991**, artículo 20. *Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.* Y artículo 61. *El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.*
- **Ley 87 de 1993** "Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones"

\$

	DIRECTIVA	Código:
		Fecha: 09 NOV. 2012
		Página: 2 de 8

- **Ley 872 de 2003** "Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios"
- **Decreto 4062 de 2011.** "Por el cual se crea la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia, se establece su objetivo y estructura".
- **Decreto 1599 de 2005.** "Por el cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2005"
- **Decreto 4110 de 2004.** "Por el cual se reglamenta la Ley 872 de 2003 y se adopta la Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública".
- **Norma MECI 1000:2005.** Numeral 2.3.
- **Norma NTCGP 1000: 2009.** Numeral 5.5.3

5. ANTECEDENTES

La comunicación juega un papel muy importante en la vida de los seres humanos, por lo que siempre ha estado presente en el desarrollo de la cultura y la construcción de las sociedades, así como en el proceso de crecimiento de las organizaciones.

Por lo tanto, la gestión estratégica de la comunicación, forma parte de la misión integral de las entidades públicas y privadas. Transparencia, Eficacia, Eficiencia y Rendición de Cuentas, son los ejes fundamentales del Buen Gobierno que busca una mayor productividad de las entidades estatales, pero también un mayor acercamiento con la ciudadanía, quienes se convierten en el principal público de interés, pues todos las metas y objetivos propuestos son construidos para satisfacer necesidades de las familias y personas que conforman una sociedad.


Por tal razón, la comunicación pública se convierte en una línea de competitividad fundamental dentro de los nuevos escenarios organizacionales y sigue siendo la encargada de planificar, gestionar y evaluar los flujos de informaciones internas y externas, en relación directa con los objetivos y de la Entidad y su público objetivo.

La implementación de una Política de Comunicación Pública, permite consolidar institucionalmente a Migración Colombia, de igual forma crear parámetros en los que se establezca relaciones no solo entre las personas que conforman la Entidad sino en las áreas que la componen, incluyendo el diseño del estilo de Dirección hacia todos los funcionarios.

6. DIAGNÓSTICO

Con el Decreto 4062 de 31 de octubre de 2011, se creó la Unidad Administrativa Especial Migración Colombia, que asumió las funciones de Extranjería que estaban a cargo del Departamento Administrativo de Seguridad y, más que todo, teniendo en cuenta la necesidad del Gobierno Nacional, de conformar un organismo civil de seguridad, técnico,

3

	DIRECTIVA	Código:
		Fecha: 09 NOV. 2012
		Página: 3 de 8

especializado, que se encargara de ejercer las funciones y prestar servicios propios de una autoridad migratoria.

Como parte de la estructura de Migración Colombia, se conformó la Oficina de Comunicaciones, que en el desarrollo de sus funciones se encarga de diseñar, implementar, desarrollar, proyectar y divulgar la estrategia de comunicación definida y que tiene como objetivo posicionar a la Entidad como la Autoridad Migratoria de Colombia, haciendo un uso adecuado de la imagen corporativa de la Entidad, para lo cual se promueve la participación de todas la dependencias y de todos los funcionarios en el cumplimiento de este propósito.

Así mismo, orienta al Director en el manejo de las relaciones con los medios de comunicación y demás sectores de la opinión pública en todo el país e internacionalmente; definir la estrategia de relacionamiento con todos los públicos de interés, e igualmente apoya y apalanca la política de atención al ciudadano de la Entidad.

7. COMUNICACIÓN EXTERNA

En coherencia con su responsabilidad de contribuir a la construcción de lo público, la comunicación de la Migración Colombia con los públicos externos o de interés (stakeholders) se orientará hacia el fortalecimiento de la apertura y la visibilidad a través de la prestación de un servicio de excelente calidad en el cumplimiento de los fines misionales, a la escucha y receptividad frente a la ciudadanía, a la transparencia en todas sus actuaciones y a la rendición de cuentas oportuna y suficiente sobre su gestión.

8. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna en Migración Colombia, posibilita la construcción y consolidación de la cultura organizacional a través de los múltiples procesos conversacionales, de difusión de mensajes, configuración de imaginarios colectivos y la dinamización de los flujos multidireccionales de la información dentro de la Entidad.

9. POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Migración Colombia le confiere a la comunicación un carácter estratégico para la construcción de identidad institucional, el logro de los objetivos misionales y la construcción de confianza. Para lo cual, se desarrollarán acciones comunicativas de acuerdo con los parámetros que establezcan los procesos comunicativos, el plan de comunicación de la Unidad y la política de comunicaciones que contempla la implementación de estrategias en el ámbito interno y externo de la Entidad.

4

La ejecución de la política de comunicaciones le permitirá a Migración Colombia avanzar en el desarrollo interno y externo de estrategias que logren posicionar positivamente la Entidad resaltando su misión, visión, valores y objetivos institucionales, tanto en el ámbito regional, nacional como internacional.

El compromiso con la comunicación pública se materializa a través del suministro de información veraz y oportuna sobre la gestión de la institución a los grupos de interés y la comunidad en general.

La comunicación organizacional está orientada a la construcción de sentido de pertenencia y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores públicos de la institución; para ello, la Entidad establece procesos y mecanismos comunicativos que garanticen la interacción y la construcción de visiones comunes.

La Unidad se compromete con el desarrollo de estrategias que fortalezcan continuamente los canales de comunicación interna y faciliten el flujo de información en sus diferentes niveles.


Así mismo, la comunicación organizacional debe generar productos comunicativos claros y pedagógicos, articuladamente con las dependencias responsables de los procesos misionales y administrativos, que permitan el fortalecimiento del talento humano y de esta manera su desarrollo integral.

10. PLANES, PROGRAMAS, PROYECTOS ASOCIADOS A LA OPERATIVIDAD DE LA POLÍTICA

Entre las herramientas de gestión a través de las cuales se materializa la Política de comunicaciones se encuentran en Plan Estratégico Institucional y el Plan de Acción del Proceso de Comunicación Estratégica; así como los planes y cronogramas de actividades relacionados con el desarrollo de esta política en la Entidad

11. GLOSARIO

- **Aviso de prensa:** Aviso de publicidad donde Migración Colombia pautará en medio de comunicación impreso para transmitir un mensaje importante relacionado con el servicio (horarios de atención, nuevos trámites, costos de los trámites, etc).
- **Nota de prensa:** Mensaje transmitido por Migración Colombia a través de los medios de comunicación (escritos, audiovisuales, como son los diarios,

	DIRECTIVA	No. 0030 Código:
		Fecha: 09 NOV. 2012
		Página: 5 de 8

periódicos, radio, televisión), con el fin que llegue a la mayor cantidad de receptores.

- **Audiovisuales:** son los que se oyen y se ven. Es decir, son los medios que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información.
- **Bien colectivo:** Bien que no tiene carácter de exclusivo, de modo que puede ser utilizado por diversos sujetos o por toda la sociedad.
- **Buen Gobierno:** mejores prácticas de gobierno corporativo que generen confianza en los grupos de interés y la sociedad en general.
- **Campaña:** Conjunto de eventos programados para alcanzar un objetivo. Una campaña se diseña, como parte de una estrategia, para lograr el cumplimiento del objetivo propuesto. Lo que hace que un grupo de mensajes constituya una campaña es su origen en una misma estrategia.
- **Canal de Comunicación:** Medio utilizado para transmitir un mensaje. Puede ser personal o impersonal. Los canales de comunicación personal suponen la existencia de dos o más personas que se comunican directamente unas con otras, bien por medio de una entrevista personal, por teléfono o por correo. Los canales de comunicación impersonal incluyen los medios de comunicación de masas: prensa, radio, televisión, internet, entre otros.
- **Comunicación pública:** Componente del Control que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento del entramado de relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, es decir, la interacción entre las personas y la realidad organizacional con el propósito de lograr que mensajes, datos, ideas y actitudes que apoyen el acercamiento de la entidad a los públicos que atiende y estos, a su vez, faciliten el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.
- **Comunicación Externa:** Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen, que puedan generar una percepción de confianza hacia la entidad.
- **Comunicación Interna:** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones

(interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello.

- **Comunicado de Prensa:** Es un texto autorizado por la Oficina de Comunicaciones con la intención informar a la opinión pública y medios de comunicación sobre un hecho coyuntural por el cual se hace necesario un pronunciamiento oficial de la entidad.
- **Diseñar:** Organización de materiales y procesos de la forma más productiva, en un sentido económico, en un equilibrado balance de todos los elementos necesarios para cumplir una función.
- **Divulgar:** Publicar, extender, poner al alcance del público algo
- **Estilo de Dirección:** Son los distintos comportamientos que pueden exteriorizar los individuos que dirigen a otros, con el objetivo de conseguir, a su vez, influir sobre el comportamiento de estos para que ejecuten sus órdenes. Es muy importante el estilo de dirección, porque de ello va a determinar mucho el funcionamiento de la empresa.
- **Facebook:** Es una red social que le permite mantenerse al día con amigos, subir fotos, compartir enlaces y videos. También es un canal de comunicación institucional por medio del cual se quiere llegar con información a la sociedad en general.
- **Flujos de información:** se examina para conocer variables, parámetros, restricciones, procedimientos, estructuras, recursos, entre otros; cuando se ejecuta, se controla y se evalúa un proceso industrial Parte de esta información se convierte en control del proceso cuando se ajustan las variables frente a normas o a legislaciones
- **Identidad institucional:** Son un conjunto de rasgos colectivos que identifican a una Institución frente a otra. Permanentemente esta colectividad se replantea el ¿qué somos?, ¿qué queremos? y ¿a dónde vamos?, en última instancia es "sentido de pertenencia". Los rasgos distintivos de estas identidades tienen que ver con la forma como nos vemos colectivamente, con nuestros propósitos, nuestra misión, nuestra visión, la cultura, tradición, condición social, ideas, etc.; lo cual nos permite irnos identificando con unos y otros, a fin de articularnos como un gran grupo organizacional.

- **Imagen corporativa:** Logosímbolos utilizados (colores, letras, formatos, etc) por una empresa o entidad pública para definir su misión, funciones y rumbo.
- **Implementar:** poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo.
- **Interlocución:** conversación entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos
- **Medios de comunicación:** Como medio de comunicación se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos, sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales
- **Página web:** Se conoce como página web al documento que forma parte de un sitio web y que suele contar con enlaces (también conocidos como hipervínculos o links) para facilitar la navegación entre los contenidos.
- **Público externo:** El público externo está determinado por las personas que tienen alguna relación con la institución, sea ésta geográfica, de productos o servicio.
- **Público interno:** Es el grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculada a ella. En el caso de una empresa, el público interno está conformado por accionistas, directivos, empleados, trabajadores, contratistas, proveedores, distribuidores, etc.
- **Público objetivo:** conjunto de personas con ciertas características comunes a las que dirigirse, en definitiva se trata de elegir a aquel público que se quiere alcanzar, por tanto, será un segmento de la población con rasgos comunes y con cierto nivel de homogeneidad.
- **Redes sociales:** Estrategia que permite a Migración Colombia, establecer un diálogo con los ciudadanos, asimismo alimentar estos portales de información de interés.
- **Rendición de Cuentas:** La rendición de cuentas es un espacio de interlocución entre los servidores públicos y la ciudadanía. Tiene como

4



DIRECTIVA

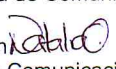
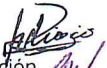
Código: No. 0030
Fecha: 09 NOV 2012
Página: 8 de 8

finalidad generar transparencia, condiciones de confianza entre gobernantes y ciudadanos y garantizar el ejercicio del control social a la administración, sirviendo además de insumo para ajustar proyectos y planes de acción para su realización.

- **Rueda de Prensa:** es un espacio de interlocución entre los servidores públicos y la ciudadanía. Tiene como finalidad generar transparencia, condiciones de confianza entre gobernantes y ciudadanos y garantizar el ejercicio del control social a la administración, sirviendo además de insumo para ajustar proyectos y planes de acción para su realización.
- **Stakeholders:** son los públicos para la Entidad que desarrollan acciones de cualquier índole. Estos son grupos de personas naturales o jurídicas con las que se tiene un vínculo directo.
- **Twitter:** Es una red social y un microblog. Muchos la consideran que está más enfocada a comunicar noticias.
- **Vocero:** El vocero, también conocido como portavoz, es el responsable elegido por una persona o una organización para dirigirse a los medios de comunicación y, a través de ellos, a la sociedad en general.
- **YouTube:** Es una red social que permite subir videos, compartirlos e intercambiar opiniones sobre éstos.

Cordialmente,


SERGIO BUENO AGUIRRE
Director

Anexo: Diecinueve (19) folios, texto de la política de Comunicaciones
Proyectó: Natalia Ortiz Velez – Oficial de Migración 
Revisó: Jorge Armando Riaño D. Jefe Oficina de Comunicaciones (E). 
Revisó: Fabio Hernández Rodríguez – Jefe Oficina Asesora de Planeación 