



ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES 2025

Plan Estratégico de Comunicación Migración Colombia 2025

Introducción

El presente plan estratégico de comunicación tiene como objetivo principal avanzar en el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la entidad, así como promover una imagen positiva, posicionamiento de la marca y una relación efectiva con los diferentes públicos de interés. Se basa en los objetivos y estructuras definidos en el Plan Estratégico Institucional, con el fin de alinear la comunicación con las metas organizacionales.

Visión

Ser una entidad reconocida por su enfoque humano, transparente y proactivo, que contribuye a la construcción de una Colombia en paz, con una gestión migratoria integral y segura, que protege los derechos humanos y promueve la integración de la población migrante.

Misión

Informar, comunicar y sensibilizar a los diferentes públicos objetivo sobre las funciones, acciones y logros de Migración Colombia, de manera clara, oportuna y veraz, fortaleciendo la confianza en la entidad y promoviendo una cultura de paz y respeto por la migración.



Objetivos de Comunicación

- Mejorar la visibilidad y reputación de la entidad en temas relacionados con migración humana, relación con la ciudadanía, gestión y servicios migratorios, modernización tecnológica y fortalecimiento institucional.
- Informar de manera clara y transparente sobre las acciones y proyectos desarrollados en el marco del Plan Estratégico Institucional.
- Fomentar la participación ciudadana en los procesos relacionados con la entidad, especialmente en temas migratorios y de transparencia.
- Fortalecer la comunicación interna para garantizar el compromiso y la alineación del talento humano con los objetivos institucionales.

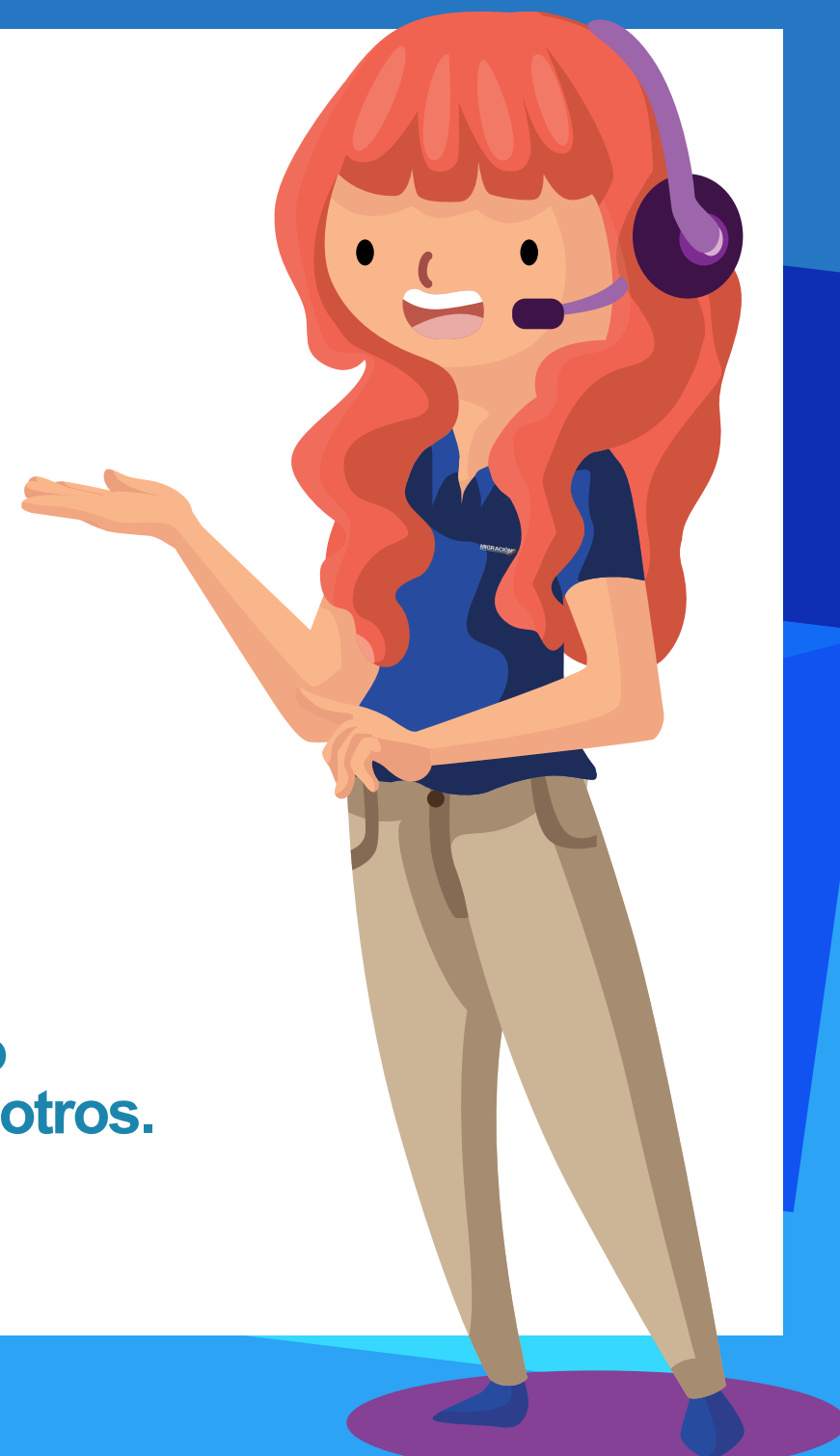
Públicos Objetivo

Público interno:

Funcionarios y contratistas de la entidad.

Público externo:

Ciudadanía en general, medios de comunicación, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, comunidad internacional, entre otros.



Comunicación Transmedia

- Implementar una estrategia de comunicación transmedia que integre diferentes canales y herramientas para llegar a los diferentes públicos objetivo de manera efectiva.
- Desarrollar una narrativa coherente y atractiva que transmita los mensajes clave de la entidad.
- Utilizar las nuevas tecnologías y tendencias en comunicación para crear contenido innovador y de alto impacto.



Promoción de la Paz y la Integración

- Desarrollar campañas de comunicación que promuevan una cultura de paz y respeto por la migración.
- Articulación con el Gobierno Nacional (Presidencia de la República), Cooperación internacional y otros entes oficiales.
- Visibilizar las historias de éxito de los migrantes que han contribuido al desarrollo del país.
- Fomentar la integración social de la población migrante a través de la comunicación intercultural.



Fortalecimiento del Talento Humano

- Promover un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.
- Fortalecer las relaciones con los medios de comunicación y otros actores sociales.

Misionalidad y Servicios

- Posicionar la misionalidad de la Entidad.
- Promover el uso de los servicios de la entidad.
- Implementar estrategias para aclarar mitos sobre la misión y los servicios de la entidad.
- Posicionar a la entidad como referente de producción de datos, cifras e información sobre la migración en Colombia.



Canales y Herramientas

Página web

Implementar una página web renovada, con un diseño accesible y user-friendly, que facilite la búsqueda de información y la realización de trámites.

Redes sociales

Fortalecer la presencia en las principales redes sociales (X Instagram, TikTok, Facebook) para interactuar con los diferentes públicos objetivo.



Campañas de Comunicación

- Desarrollar campañas de comunicación masivas y segmentadas para llegar a los diferentes públicos objetivo.

Campañas Informativas

- Las campañas externas se centraran en abordar los temas más relevantes para la ciudadanía y en prevenir situaciones que puedan afectar la percepción pública de la entidad. Entre las principales campañas desarrolladas se encuentran:



Eventos y Actividades

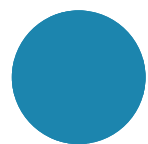
Apoyar los eventos y actividades misionales, y en los que participe la entidad en temas conexos a su naturaleza.

Relaciones con los medios de comunicación

Fortalecer las relaciones con los medios de comunicación para difundir los mensajes clave de la entidad.

Medición y Evaluación

se realizarán evaluaciones periódicas de los indicadores de desempeño para medir el impacto de las acciones de comunicación, tales como el alcance de las campañas, la participación ciudadana en eventos y la satisfacción del personal con la comunicación interna.



Indicadores:

MIGRACIÓN COLOMBIA

Alcance

Número de apariciones positivas en medios.

Número de visitas a las redes sociales de la entidad.

Número de campañas realizadas internas y externas.

Engagement

Nivel de interacción con los mensajes de la entidad (comentarios, likes, shares).

Número de preguntas y solicitudes de información a la entidad.

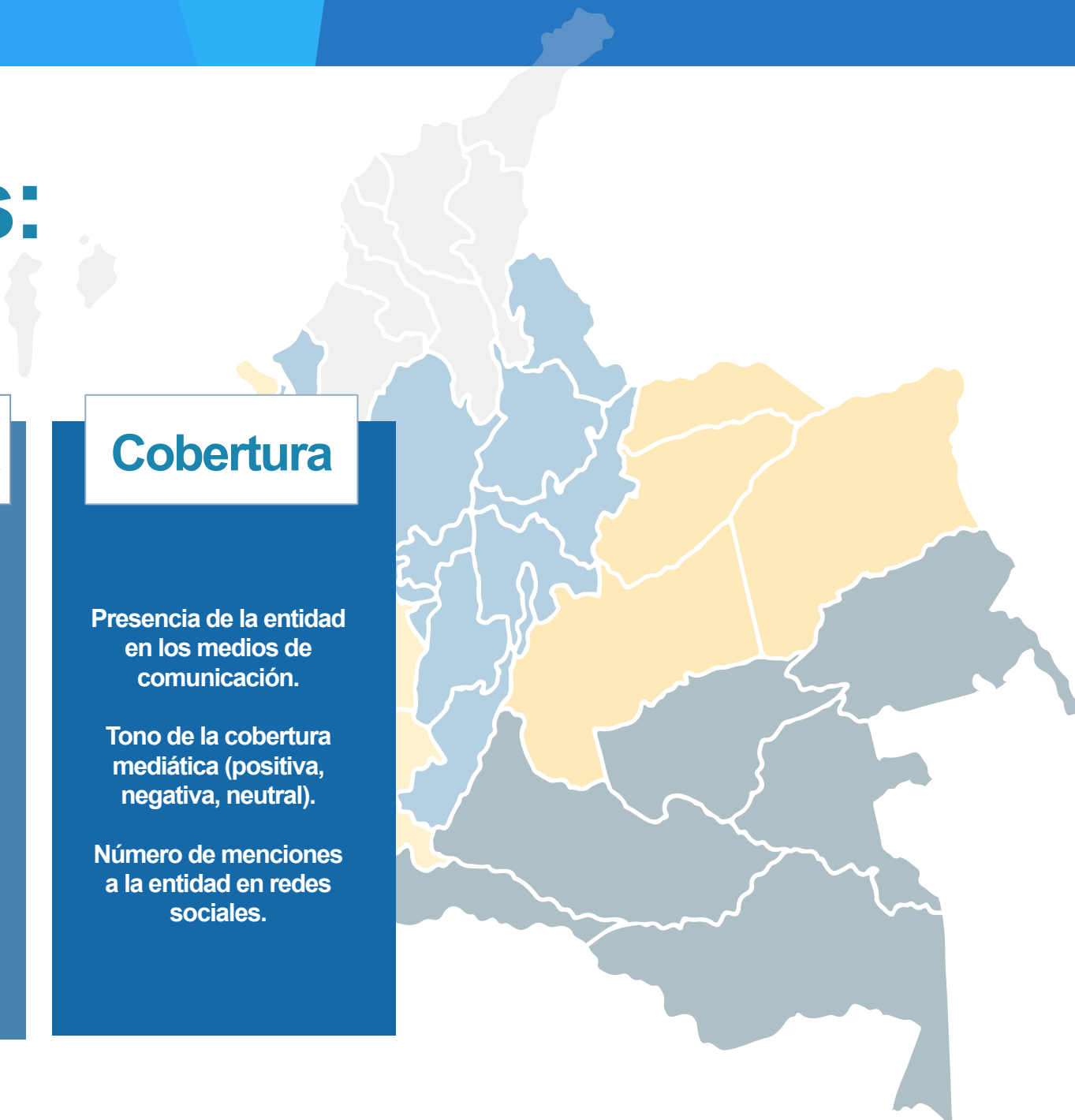
Nivel de participación en las redes sociales de la entidad.

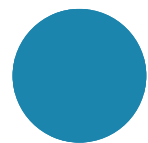
Cobertura

Presencia de la entidad en los medios de comunicación.

Tono de la cobertura mediática (positiva, negativa, neutral).

Número de menciones a la entidad en redes sociales.





Indicadores:

MIGRACIÓN COLOMBIA



Satisfacción

Nivel de satisfacción de los diferentes públicos objetivo con la comunicación de la entidad.

Percepción de la imagen de la entidad.

Opinión sobre la utilidad de la información proporcionada por la entidad.

Herramientas

Análisis de datos: De las visitas a las redes sociales y las plataformas de atención al ciudadano.

Monitoreo de medios de comunicación: Seguimiento de la cobertura mediática de la entidad.

Metodología

Se establecerán indicadores específicos para cada objetivo del Plan Estratégico de Comunicación.

Se presentaran de manera periódica (trimestral, anual) y se tendran en cuenta para la toma de decisiones.



Presupuesto y Recursos:

Debido al plan de austeridad del Ministerio de Hacienda para 2025, el recorte en el área de comunicaciones es del 70% . por lo que el presupuesto se asigna casi en su totalidad para la contratación de talento humano con el fin de desarrollar todas las campañas y material comunicativo desde la entidad optimizando los recursos al máximo

Cronograma de Actividades

Se establecerá un cronograma detallado que contemple la ejecución de las diferentes campañas de comunicación detectadas (Temporada alta, ferias de servicios entre otras) a lo largo de la vigencia del Plan Estratégico Institucional.

Presupuesto y Recursos:

Responsables:

La Oficina de Comunicaciones será la responsable de coordinar y ejecutar las actividades contempladas en el plan, en colaboración con las diferentes áreas de la entidad.

Monitoreo y Seguimiento:

Se designará un equipo encargado de monitorear y dar seguimiento a la implementación del plan, así como de realizar ajustes oportunos según las necesidades y resultados obtenidos.