

PLAN DE COMUNICACIÓN DE ACULCO



NUEVO PLAN DE COMUNICACIÓN DE ACULCO / SEPTIEMBRE 2025

Introducción

El presente documento constituye el Plan de Comunicaciones de ACULCO, estructurado en dos ejes complementarios: un Plan de Comunicación Interna, orientado a fortalecer la cohesión y la motivación dentro de la organización, y un Plan de Comunicación Externa, dirigido a difundir el trabajo de la entidad hacia sus públicos externos. Ambos planes funcionan de manera integrada, retroalimentándose y garantizando que los mensajes que circulan dentro de la organización sean coherentes con los que se transmiten hacia fuera.

Misión del Plan

Fortalecer integralmente la capacidad comunicativa de ACULCO, generando procesos internos claros, participativos y cohesionados que mejoren la circulación de la información, la motivación y la confianza del equipo, y al mismo tiempo posicionar a la organización como un referente en integración, cooperación y diálogo social mediante una comunicación externa estratégica, innovadora y efectiva. La misión del plan se centra en articular lo interno con lo externo, asegurando que ambos ejes trabajen de forma complementaria y que los mensajes proyecten coherencia y credibilidad.

Visión del Plan

Consolidar un modelo de comunicación integral que, en el periodo 2025–2030, sitúe a ACULCO como una entidad reconocida por su capacidad de generar diálogo interno transparente, de crear cohesión en su equipo y de tener incidencia pública con mensajes claros, oportunos y adaptados a distintos públicos. La visión es que la comunicación se convierta en un pilar estratégico que refuerce la reputación institucional, fomente alianzas y aumente el impacto positivo de las campañas en la sociedad.

Objetivos Generales del Plan

1. Visibilizar la imagen pública de ACULCO y de sus subvencionadores.
2. Construir y coordinar de forma equilibrada la comunicación interna y externa.
3. Mejorar el tejido asociativo de las ciudades donde actúa ACULCO.
4. Potencializar la oferta y estructura formativa a través de la comunicación.
5. Establecer herramientas de comunicación medibles, sostenibles y alineadas con la misión institucional.

Principios del Plan

- Coherencia: toda comunicación debe ser consistente con los valores y objetivos institucionales.

- Inclusión: garantizar que los mensajes y canales tengan en cuenta la diversidad cultural, social y lingüística.
- Transparencia: asegurar que la información difundida sea clara, verificable y accesible.
- Participación: fomentar el aporte de todos los actores internos y externos en la construcción de mensajes.
- Eficacia: priorizar estrategias que logren resultados medibles y sostenibles.

Referentes de la ONGD ACULCO

- Promover la integración y la solidaridad entre la población colombiana y latinoamericana residente en España y Europa y estrechar los vínculos de confraternidad entre Colombia y España.
- Servir de puente integrador en la sociedad española, a través de acciones de sensibilización, difusión y educación para el desarrollo que favorezcan un cambio de actitud en la sociedad de acogida respecto al fenómeno migratorio, así como una mejor percepción, comprensión y análisis crítico de los factores estructurales relacionados con la perpetuación de la pobreza y el conflicto social.
- Proponer e implementar proyectos de desarrollo y codesarrollo, teniendo como prioridad la protección y promoción de la infancia, de acuerdo con lo previsto en la legislación española y los principios recogidos en la Convención de los Derechos del Niño, El Convenio de la Haya y demás normas y tratados internacionales aplicables.
- Proponer e implementar proyectos de promoción social con los colectivos de inmigrantes residentes en España, orientados a mejorar y elevar su calidad de vida.
- Trabajar de manera prioritaria con las mujeres desarrollando estrategias orientadas a su empoderamiento, promoviendo su plena integración y participación social y laboral y apoyando todas las acciones conducentes a eliminar y prevenir cualquier tipo de maltrato, violencia, inequidad y falta de oportunidades.

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

1. Principios y fines de la comunicación interna

La comunicación interna es un pilar estratégico dentro de ACULCO, pues asegura que toda la organización funcione de manera cohesionada, motivada y orientada a resultados. Sus fines no se limitan únicamente a transmitir información, sino que también buscan generar confianza, reforzar la identidad institucional, consolidar la cultura organizacional y preparar al equipo para ser embajadores de los valores y la misión de la entidad.

Los principios que guían esta comunicación incluyen: claridad en los mensajes, accesibilidad para todos los miembros de la organización, respeto a la diversidad de opiniones y lenguajes, y bidireccionalidad, entendiendo la comunicación como un proceso de ida y vuelta. Asimismo, la comunicación interna debe crear condiciones para que los trabajadores, voluntarios y directivos se sientan escuchados, valorados y con capacidad de aportar a las decisiones y estrategias de la organización.

Finalmente, los fines de esta comunicación son: fortalecer el sentido de pertenencia, generar alineación estratégica, reducir los conflictos internos mediante mecanismos de diálogo, y promover la innovación y la mejora continua en los procesos. De este modo, se convierte en una herramienta indispensable para que la organización alcance sus objetivos institucionales y de impacto social.

La comunicación interna de ACULCO se orienta a implementar la misión y visión de la entidad, garantizando cohesión, motivación y alineación de valores entre trabajadores, voluntariado, alumnado en prácticas y directiva. Se enmarca en los objetivos generales del Plan, particularmente en fortalecer el sentido de pertenencia, consolidar un sistema de comunicación fluido y participativo y aportar a la mejora del tejido asociativo y de la oferta formativa de la organización.

2. Objetivos específicos del Plan Interno

1. Mejorar la circulación de la información interna: asegurar que los equipos conozcan los proyectos activos y resultados mediante boletines mensuales y reuniones trimestrales.
2. Aumentar la participación activa del personal y voluntariado: lograr que al menos el 70% del personal participe en dinámicas de retroalimentación y actividades de integración anuales.
3. Optimizar el clima laboral: reducir los conflictos internos reportados mediante canales de comunicación efectivos en un plazo de 2 años.
4. Incrementar las competencias comunicativas del equipo: capacitar al 80% de los trabajadores y voluntarios en habilidades comunicativas, manejo de herramientas digitales y difusión de valores institucionales.
5. Construir la comunicación interna y externa de forma articulada: asegurar que todos los mensajes que circulen dentro de la entidad sean coherentes con los transmitidos hacia fuera, logrando un 100% de consistencia en la percepción del personal y de los beneficiarios en evaluaciones anuales.
6. Potencializar la oferta y estructura formativa: garantizar que al menos el 75% de las capacitaciones ofrecidas al personal y voluntariado incluyan componentes de comunicación estratégica y de alineación con la misión institucional.
7. Mejorar el tejido asociativo interno: alcanzar un 60% más de iniciativas conjuntas entre departamentos y sedes en los próximos 5 años, documentadas en reportes semestrales.

3. Líneas de acción y líneas transversales

Las líneas de acción son el puente entre los objetivos específicos del plan y su ejecución concreta. Son el marco operativo que traduce los objetivos en actividades y que guía la labor diaria de comunicación interna de ACULCO.

- Diseñar y distribuir un boletín interno digital mensual con avances de proyectos y testimonios de equipo.
- Organizar reuniones trimestrales de retroalimentación en todas las sedes.

- Implementar un protocolo de resolución de conflictos con mediaciones internas.
- Realizar talleres semestrales de formación en comunicación digital, interculturalidad y trabajo colaborativo.

Líneas transversales

Las líneas transversales son aquellas acciones que fortalecen de manera global a la organización y acompañan el cumplimiento de los objetivos específicos. Atraviesan todos los procesos internos para garantizar que la comunicación se realice con criterios de equidad, inclusión y transparencia.

- Incorporar la perspectiva de género en todos los procesos de comunicación interna.
- Fomentar el respeto a la diversidad cultural y lingüística en la organización.
- Garantizar la protección de datos y confidencialidad en las comunicaciones internas.
- Promover la transparencia en los procesos de gestión y toma de decisiones.

3. Canales internos

- Correos electrónicos institucionales.
- WhatsApp y mensajería instantánea para coordinación ágil.
- Reuniones presenciales y virtuales periódicas.
- Tablones de anuncios físicos en las sedes.
- Espacios digitales en intranet y web interna para documentos y avisos.
- Charlas informativas y talleres de capacitación.
- Información subida a redes internas para difusión controlada.

4. Estrategia

- Identificación del perfil de los colaboradores: adaptar la comunicación a sus necesidades y funciones.

- Diversidad de canales: emails, WhatsApp, reuniones periódicas, tableros de anuncios, información subida a redes y web interna.
- Integración y participación: dinámicas de integración y conocimiento de proyectos actuales y futuros.
- Ambiente lúdico y capacitación: formación continua en misión y trayectoria de ACULCO.
- Retroalimentación proactiva: feedback constante para mejora continua.
- Posicionar a ACULCO como marca social de referencia: diseñar mensajes consistentes que destaquen la experiencia de más de 30 años de la entidad, su neutralidad política y religiosa, y su compromiso con los derechos de los migrantes.
- Fortalecer la identidad visual y narrativa: unificar logos, plantillas y estilos de comunicación para dar coherencia a todas las piezas comunicativas.
- Crear campañas integradas internas y externas: cada acción externa debe estar acompañada de una acción interna que prepare al equipo para transmitir el mismo mensaje.

5. Relaciones de comunicación internas

- Dirección: coordina directrices con administración, proyectos, comunicación, psicología, trabajo social y jurídica.
- Administración: coordina con dirección, proyectos, comunicación y servicios externos (gestoría).
- Proyectos
- Psicología, Jurídica y Trabajo Social: informan a dirección

6. Evaluación

La evaluación del plan de comunicación interna es un proceso continuo que permite analizar de forma sistemática los avances y detectar las áreas de mejora. Su finalidad es garantizar que las acciones desarrolladas estén alineadas con los objetivos establecidos y que realmente contribuyan al fortalecimiento de la cohesión y la motivación del equipo. La evaluación

debe ser participativa, integrando la percepción de los distintos actores internos, y flexible, para ir adaptándose a los cambios de contexto y necesidades de la entidad.

Indicadores principales

- Porcentaje de participación del personal en reuniones trimestrales.
- Número de boletines internos distribuidos y leídos mensualmente.
- Nivel de satisfacción del personal medido en encuestas semestrales.
- Número de capacitaciones realizadas y porcentaje de asistencia.
- Reducción de conflictos internos reportados anualmente.
- Consistencia de los mensajes internos y externos, medida mediante encuestas comparativas de percepción.
- Incremento en el número de iniciativas conjuntas entre departamentos y sedes.
- Porcentaje de implementación de protocolos de resolución de conflictos.

Procedimientos de evaluación

- Revisión semestral de indicadores y reporte a la dirección con propuestas de mejora.
- Talleres de retroalimentación con personal y voluntariado para recoger impresiones cualitativas.
- Elaboración de informes anuales de comunicación interna que incluyan logros, aprendizajes y retos.
- Ajuste de líneas de acción y líneas transversales en función de resultados y retroalimentación recibida.

PLAN DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Principios y fines de la comunicación externa

La comunicación externa constituye la cara pública de ACULCO y es fundamental para posicionar a la organización como un actor de referencia en los temas de migración, integración y cooperación internacional. No se limita a transmitir información, sino que busca construir vínculos de confianza con la sociedad, generar reconocimiento institucional y fortalecer alianzas con instituciones y financiadores.

Sus fines principales son: visibilizar de manera efectiva los logros de la organización, dar transparencia a la gestión de recursos, sensibilizar a la ciudadanía frente a la realidad de la población migrante, combatir prejuicios y discursos de odio, e incidir en políticas públicas que favorezcan la integración social.

Los principios rectores de esta comunicación son: claridad en los mensajes, adaptación a diferentes públicos, innovación en el uso de herramientas digitales y tradicionales, continuidad en el tiempo y credibilidad en la información transmitida. Con ello, se busca que ACULCO sea percibida como una entidad sólida, confiable y comprometida con la defensa de los derechos humanos.

2. Público Objetivo o Target

Con este plan de comunicación se pretende llegar a los siguientes actores:

1. Población inmigrante vulnerable –Servicios Sociales– (tanto latinoamericana y/o de otras etnias y naciones): para los servicios básicos gratuitos (laboral, jurídico, psicológico, social), así como diferentes cursos dirigidos a personas usuarias y talleres o actividades subvencionados.
2. Población con diversidad socio cultural: servicios sociales y culturales.
3. Población española: con el objetivo de sensibilizar y educar para el desarrollo, según las líneas de la AECID. Sensibilizar sobre las

desigualdades sociales entre el sur y el norte y cualquier forma de discriminación sea cultural o social (“Educar en la diversidad”). También se ofrecen servicios generales básicos, talleres y búsqueda de información general.

4. Servicios sociales: como fuentes de información y aprovechamiento de los recursos de ACULCO, así como la derivación de usuarios a la red de servicios y entidades con las que se mantienen acuerdos de colaboración.
5. Instituciones: nacionales, internacionales y latinoamericanas y/o de otros países como: consulados, embajadas, asociaciones.

3. Objetivos específicos del Plan Externo

1. Aumentar la visibilidad digital de ACULCO: incrementar en un 80% los seguidores en redes sociales y en un 60% la interacción anual en publicaciones estratégicas.
2. Fortalecer la presencia en medios de comunicación: lograr al menos 15 apariciones en prensa, radio o televisión cada año.
3. Consolidar alianzas estratégicas: establecer un mínimo de 3 convenios nuevos por año con instituciones públicas, privadas y del tercer sector.
4. Ampliar el alcance de las campañas de sensibilización: asegurar que el 100% de las actividades públicas cuenten con cobertura mediática y difusión digital.
5. Mejorar el reconocimiento de marca: alcanzar un 90% de respuestas positivas en encuestas externas sobre ACULCO como referente en migración e integración.

4. Mensaje y valores

El mensaje desde ACULCO debe ser claro, conciso y al mismo tiempo inspirador, transmitiendo confianza y credibilidad. No se trata únicamente de informar sobre los servicios o proyectos, sino de construir una narrativa que posicione a la organización como un referente en la defensa de los derechos de los migrantes y en la promoción de la convivencia intercultural.

Los mensajes deben enfatizar que ACULCO:

- Es una entidad sin ánimo de lucro que lucha por los derechos y deberes de los migrantes en España, fomentando la coparticipación, la mejora de la convivencia y el encuentro entre culturas de distintas nacionalidades y/o etnias.
- Aboga por comprender y promover los fenómenos de interculturalidad y multiculturalidad, contribuyendo al desarrollo integral de los individuos y de las comunidades donde se insertan.
- Está comprometida con la mejora social y económica de la ciudadanía, independientemente de su origen, con especial énfasis en la integración plena de las personas migrantes.
- Desarrolla una fuerte labor social respaldada por la profesionalidad de sus trabajadores y la entrega de su voluntariado.

Valores promovidos:

- Neutralidad política y religiosa: asegurar imparcialidad en el trato y apertura a todas las comunidades.
- Democracia participativa: fomentar la implicación activa de usuarios, voluntarios y socios en la vida de la organización.
- Equidad y justicia social: garantizar que cada persona tenga acceso a los mismos derechos y oportunidades.
- Solidaridad intercultural e intergeneracional: promover el encuentro entre culturas y generaciones como base de cohesión social.
- Transparencia: rendir cuentas de forma clara y verificable ante beneficiarios, financiadores y sociedad.
- Trabajo en red: colaborar con instituciones públicas, privadas y del tercer sector para maximizar impacto y sostenibilidad.

4. Líneas de acción y líneas transversales

- Diseñar campañas multicanal anuales con mensajes claros sobre integración y diversidad.
- Generar material audiovisual y gráfico adaptado a distintos públicos.

- Establecer alianzas con medios de comunicación para difundir contenidos.
- Organizar eventos públicos y jornadas de sensibilización en comunidades locales.

Líneas transversales

- Incluir enfoque de género en toda la comunicación externa.
- Garantizar que los mensajes reflejen la diversidad cultural y lingüística.
- Transparencia en la rendición de cuentas a la ciudadanía y financiadores.
- Articulación constante con la comunicación interna para coherencia de mensajes.

5. Canales externos

- Página web institucional.
- Redes sociales: Facebook, Instagram, X/Twitter, YouTube.
- Campañas en WhatsApp.
- Charlas, talleres y jornadas en centros comunitarios o educativos.
- Material gráfico impreso: folletos, carteles, guías.
- Medios tradicionales: prensa, radio y televisión.

6. Estrategia

- Posicionar a ACULCO como referente en la integración y la defensa de los derechos de las personas migrantes: diseñar campañas sostenidas con mensajes consistentes que resalten la experiencia de la organización, su neutralidad y su compromiso con la justicia social.
- Fortalecer la identidad visual y narrativa: unificar elementos gráficos y discursivos en todos los canales para que ACULCO sea reconocida fácilmente como marca institucional.
- Impulsar liderazgo de opinión: preparar y visibilizar portavoces que puedan participar en medios, foros académicos y espacios comunitarios con mensajes claros y fundamentados.

- Crear campañas integradas internas y externas: garantizar que cada campaña hacia fuera esté acompañada de procesos de comunicación interna que alineen al personal, logrando coherencia y credibilidad.
- Innovar en el uso de canales y herramientas: combinar medios digitales, redes sociales y medios tradicionales, incluyendo narrativas audiovisuales y testimoniales que refuercen la cercanía de ACULCO con su público objetivo.
- Monitorear y evaluar la percepción de marca: aplicar encuestas periódicas y estudios de impacto para conocer cómo se percibe a ACULCO y ajustar las estrategias en función de esos resultados.

De esta forma, la estrategia integra tanto la dimensión externa como la interna, asegurando coherencia en los mensajes y consolidando a ACULCO como un actor clave en la defensa de los derechos y la integración de la población migrante.

7. Relaciones de comunicación externas

- Administraciones públicas a nivel local, autonómico, nacional e internacional.
- Instituciones internacionales (AECID, UE, embajadas).
- Medios de comunicación nacionales y locales.
- ONGs y entidades del tercer sector.
- Empresas socialmente responsables.

8. Evaluación

La evaluación del plan de comunicación externa es clave para medir impacto y mejorar continuamente las estrategias. Se evaluará tanto la visibilidad alcanzada como el grado de sensibilización y el fortalecimiento de la marca ACULCO.

Indicadores principales

- Alcance de publicaciones en redes sociales y número de interacciones.
- Número de apariciones en medios de comunicación.
- Participación de público en eventos y actividades de sensibilización.
- Cantidad de alianzas y convenios establecidos con instituciones y empresas.
- Reconocimiento de ACULCO como referente en migración, medido mediante encuestas externas.

Procedimientos de evaluación

- Revisión trimestral de métricas digitales y mediáticas.
- Elaboración de informes semestrales sobre impacto de campañas.
- Encuestas anuales a públicos beneficiarios y aliados estratégicos.
- Ajuste de líneas de acción y estrategias en función de los resultados y aprendizajes obtenidos.

LAS INFORMACIONES PUBLICADAS DE CADA PROYECTO SE RECOPILAN POR EL DPTO. DE COMUNICACIÓN EN UN DOCUMENTO INDIVIDUAL PARA CADA PROYECTO CON RELACIÓN DE SITIOS EN LOS QUE SE PUBLICA (REDES, WEB, otros medios). Se remitirán al Dpto correspondiente de cada proyecto cuando se requiera con un tiempo suficiente y antelación para revisar y recoger información solicitada.

EL EQUIPO DE ACULCO PODRÁ SEGUIR POR LA WEB LOS PROYECTOS QUE SE REALIZAN. La web tiene un buscador automático que permite encontrar documentos introduciendo palabras claves. También, en ocasiones se pueden remitir las informaciones al equipo por email.



ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS.

Se recogerán actos o actividades que realice la entidad con el fin de desarrollar los proyectos subvencionados o propios (Tierra Solidaria, comercio justo, eventos socioculturales):

- Actos y cualquier otro evento contemplado para desarrollar los proyectos.
- Podrán hacerse fotos o recoger datos de asistentes siempre que estos lo consientan para certificar la realización de los actos y, en caso de que sea necesario publicarlo en redes, como lo exigen los proyectos como necesidad publicitaria y de dar a conocer las actividades o los proyectos.
- Se debe tener en cuenta que algunos actos por ser sensibles o por protección de datos se podrán recoger por la entidad a título interno, y no se publicarán en redes fotos, ni datos que no sean los estrictamente necesarios para informar de la realización de las actividades.

DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Cuando haya difusión en medios, se recogen los tipos de acciones de difusión realizadas (TV, anuncios en prensa, cuñas en radio, noticias en Internet, “link” que redirija a dichas noticias, notas de prensa, etc.), publicados por decisión particular del medio o formando parte de una campaña publicitaria, con motivo de dar a conocer el proyecto subvencionado.

Es necesario tener en cuenta la diferencia entre noticia en prensa y anuncio/publicidad en prensa, ya que la segunda se hace bajo contrato generalmente.

PUBLICACIONES O INFORMACIÓN DE NUEVOS PROYECTOS

Cuando se aprueben nuevos proyectos y sea necesaria la difusión, se comunicará convenientemente al Dpto. de comunicación el proyecto en cuestión y la información que se disponga y/o también al resto del equipo para que se conozca las líneas de trabajo nuevas que acomete la entidad.

También se informará de las indicaciones de cada nuevo proyecto para difusión si las hay.

INFORMACIÓN A TRAVÉS DE PÁGINA WEB

Se recogerán las noticias en captura de pantalla y/o url de las Páginas de la web de la entidad en las que se transmite información sobre el proyecto subvencionado.

www.aculco.org

INFORMACIÓN A TRAVÉS DE REDES SOCIALES

Se recogerá las informaciones que se publiquen en las redes sociales sobre el proyecto subvencionado.

Facebook

Instagram

X

youtube

SOPORTES PUBLICITARIOS

En este indicador se registran los soportes (pósteres, carteles, expositores o roll ups, placas si las hubiera, camisetas u otros) utilizados para dar a conocer el proyecto subvencionado.

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POR TFNO O WHATSAPP

En este apartado se hace constar en la estrategia de comunicación la información que se recibe por las vías de teléfono y whatsapp que suponen en muchas ocasiones la primera toma de contacto de los usuarios interesados en los proyectos. En este sentido, cada llamada nueva o cada comunicación nueva supone una persona más en la atención que presta Aculco de cara a registrar en una ficha o en un excell la cifra de personas atendidas a lo largo de cada ejercicio.

Ha de tenerse en cuenta la línea de especial sensibilización sobre el establecimiento de redes comunitarias, que permitan garantizar el intercambio de Buenas Prácticas.

Nota:

Este plan de comunicación se formula para los siguientes 5 años.
No obstante la revisión de los líneas de acción, la dinámica de la formulación y ejecución de proyectos, la dinamización de nuevas delegaciones y acciones concretas tanto en España como en Colombia como país central de recepción de ayudas de cooperación, pueden variar la estrategia de comunicación y abrir nuevas perspectivas de divulgación y publicidad de la ONGD.

Plan de Comunicación 2025-2030

www.aculco.org