**INFORME MENSUAL DE EJECUCIÓN**

**Periodo evaluado:** 1 al 31 de diciembre de 2025
**Entidad:** Defensoría del Pueblo *(ajustar si aplica)*
**Proyecto:** Campañas de Comunicación Institucional
**Elaborado por:** SIMON SEIN S.A.S.

## 1. INTRODUCCIÓN

En cumplimiento de las obligaciones contractuales y de seguimiento establecidas, se presenta el informe mensual de ejecución correspondiente al periodo comprendido entre el 1 y el 31 de diciembre de 2025, relacionado con el desarrollo de dos (2) campañas de comunicación institucional:

- **Campaña de Prevención del Reclutamiento**, orientada a la sensibilización, prevención y difusión de mensajes de protección de niños, niñas y adolescentes frente al reclutamiento forzado.
- **Campaña de Especiales**, orientada a la difusión de resultados de informes temáticos estratégicos elaborados por la entidad.

El presente documento describe las actividades realizadas, los medios utilizados, los contenidos publicados y el análisis general del comportamiento de ambas campañas durante el periodo evaluado.

## 2. OBJETIVOS DE LAS CAMPAÑAS

### 2.1 Campaña de Prevención del Reclutamiento

Divulgar mensajes de prevención, sensibilización y protección dirigidos a la ciudadanía, comunidades, familias, niños, niñas y adolescentes, a través de una estrategia multicanal que permita ampliar el alcance territorial y fortalecer la apropiación social del mensaje institucional.

### 2.2 Campaña de Especiales

Aumentar el alcance informativo sobre los resultados de los informes realizados por la entidad en distintos temas estratégicos, mediante la publicación de contenidos editoriales, digitales y en redes sociales que faciliten la comprensión y apropiación de la información pública.

## 3. ACTIVIDADES EJECUTADAS

Durante el periodo evaluado se desarrollaron las siguientes actividades:

- Planeación estratégica y definición de mensajes para cada campaña.
- Coordinación con medios nacionales, regionales y locales.
- Producción y adaptación de piezas gráficas, audiovisuales, editoriales y radiales.

- Publicación y difusión de contenidos en plataformas digitales, redes sociales, portales web, prensa y radio.
- Monitoreo del desempeño de las publicaciones.
- Consolidación de soportes y registros de ejecución.

## 4. DESCRIPCIÓN DE LA EJECUCIÓN

### 4.1 Campaña de Prevención del Reclutamiento

La campaña se ejecutó principalmente a través de **medios digitales, redes sociales y radio**, con cubrimiento nacional, regional y local.

Incluyó, entre otros:

- Más de **40 medios digitales locales y regionales**, con publicaciones en Facebook, Instagram, TikTok, X, YouTube y portales web.
- Difusión mediante piezas gráficas, videos, banners, reels, historias, publicaciones feed y transmisiones en espacios noticiosos.
- Pauta digital de alto alcance (banners display e invasivos, CPM e ITP).
- Campaña radial en emisoras locales, regionales y cadenas nacionales (RCN Radio, Olímpica, La Mega, Radio Uno, El Sol, Alerta, entre otras), con cuñas de 20 y 30 segundos distribuidas en dos cortes durante el mes.

La estrategia permitió una amplia cobertura territorial, llegando a municipios, zonas rurales, cabeceras municipales y capitales departamentales en distintas regiones del país.

### 4.2 Campaña de Especiales

La campaña de especiales se ejecutó mediante alianzas con medios nacionales y formatos editoriales de alto impacto, desarrollados así:

| Tema | Medio | Tipo de Publicación |
|---|---|---|
| Acceso a Salud y Medicamentos | El Tiempo | Sección con distribución en redes (imágenes y videos) |
| Medio Ambiente | El Espectador | Página policromía dominical, content marketing, extensión digital y redes |
| Mujer y Género | Semana | Carrusel, galería, reel, artículo digital y distribución en redes |
| Derechos Económicos, Sociales y Culturales | Cambio | Contenido editorial, columna de opinión y paquete de redes |
| Buen Futuro: estrategias serenamente y raíz joven | Prisa Media (Los 40) | Post, reel, historias y publicaciones en X con foto y video |

Estos formatos permitieron profundizar en los contenidos, posicionar los temas en la agenda pública y complementar la estrategia masiva con piezas de mayor valor informativo.

## 5. RESULTADOS OBTENIDOS

Como resultado de la ejecución de ambas campañas se evidenció:

- Incremento significativo en la visibilidad de los mensajes institucionales.
- Alto nivel de alcance territorial, especialmente en regiones priorizadas.
- Aumento de interacciones en plataformas digitales (reproducciones, comentarios, compartidos y reacciones).
- Mayor posicionamiento de los temas estratégicos en la opinión pública y en medios de comunicación.

## 6. ANÁLISIS Y EVALUACIÓN

La estrategia combinada entre medios masivos, regionales, locales y formatos editoriales especializados permitió una cobertura amplia y segmentada, logrando un equilibrio entre alcance, profundidad informativa y pertinencia territorial.

La Campaña de Prevención cumplió eficazmente su función de sensibilización, mientras que la Campaña de Especiales fortaleció el componente pedagógico e informativo institucional.

## 7. CONCLUSIONES

- Las dos campañas se ejecutaron conforme a lo programado durante diciembre de 2025.
- Se cumplió el objetivo de ampliar el alcance, cobertura y visibilidad de los mensajes institucionales.
- La articulación entre medios nacionales, regionales y locales resultó efectiva.
- La estrategia es pertinente y replicable para futuros periodos.

## 8. RECOMENDACIONES

- Mantener la combinación entre medios masivos y territoriales.
- Dar continuidad a los formatos editoriales de profundidad.
- Fortalecer la medición de impacto cualitativo en percepción ciudadana.
- Ajustar mensajes según comportamiento de audiencias regionales.

- Cordialmente,



CLAUDIA ISABEL RUBIANO RIVERA
CC 37.670.440
GERENTE GENERAL Y REPRESENTANTE LEGAL

Calle 127A #7-19 oficina 210
isabel.rubiano@simonsein.com
www.simonsein.com
3125923363

Simön Seïn

Calle 127A #7-19 oficina 210
isabel.rubiano@simonsein.com
www.simonsein.com
3125923363

more than one way