



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



Resolución No. 578

71 MAY 2016

“Por medio de la cual se establece el Plan de Comunicaciones 2016 – 2018 del Instituto Geográfico Agustín Codazzi y se toman otras determinaciones”

EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI

En uso de sus atribuciones legales, y en especial las que le confieren el artículo 6 del Decreto 208 de 2004 y, el numeral 2 del artículo 4 del Decreto 943 de 2014.

CONSIDERANDO

Que el artículo 3º. de la Ley 489 de 1998, determina que la función administrativa que desarrolla conforme a los principios constitucionales en particular los atinentes a la buena fe, igualdad, moralidad, celeridad, economía, imparcialidad, eficacia, eficiencia, participación, publicidad, responsabilidad y transparencia.

Que mediante el Decreto 943 de 2014 se llevó a cabo la actualización del Modelo Estándar de Control Interno - MECI para las organizaciones pertenecientes a la Rama Ejecutiva del Orden Nacional; el Modelo Estándar de Control Interno MECI en su actualización, será el medio a través del cual se realizará el seguimiento y evaluación a lo dispuesto en el Decreto 2482 de 2012 en cuanto al Modelo Integrado de Planeación y Gestión.

Que dentro de la implementación del Modelo, se incluye la formulación de un Plan de Comunicación, es el cual define la política de comunicación, estrategia, acciones y los medios de comunicación de carácter permanente para que la ciudadanía y partes interesadas conozcan lo que se planea y ejecuta, y puedan realizar el seguimiento correspondiente, siendo necesario establecer el referido documento para el Instituto Geográfico “Agustín Codazzi” en la presente vigencia.

Que con el Plan de Comunicaciones 2016 - 2018 se institucionaliza la comunicación en el IGAC como un proceso estratégico y transversal, que interactúa con todas las dependencias, permitiendo consolidar una cultura de la comunicación pública dentro y fuera de la entidad, en desarrollo de su ejercicio de autoridad catastral, agrológica, geográfica, cartográfica y geodésica.

Que el documento “Plan de Comunicaciones 2016 – 2018” contiene la estrategia para cumplir el objetivo de comunicar interna y externamente la gestión de la entidad promover la construcción de una visión compartida facilitar los procesos de rendición de cuentas y suministrar información de manera oportuna así como brindar la atención directa a los usuarios responder tramitar y controlar las quejas y reclamos de los usuarios.



11 MAY 2016

Continúa Resolución No. 570 “Por medio de la cual se establece el Plan de Comunicaciones 2016 – 2018 del Instituto Geográfico Agustín Codazzi y se toman otras determinaciones”

Que con el Plan de Comunicaciones se garantiza que el suministro permanente de información sea veraz y oportuna a todos los públicos objetivos, usuarios y ciudadanía en general.

Que en consecuencia se encuentra pertinente establecer el “Plan de Comunicaciones 2016 – 2018” para la entidad el cual fue revisado y aprobado por el Comité Institucional de Desarrollo Administrativo en la sesión del día 3 de mayo de 2016.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

Artículo 1.- *Objeto.* Establecer y adoptar el “Plan de Comunicaciones 2016 - 2018” del Instituto Geográfico “Agustín Codazzi”, como la directriz que define las políticas de comunicación interna y las políticas de comunicación externa, que contiene la estrategia, herramientas o medios de comunicación y acciones comunicativas a seguir para su cumplimiento, el cual hace parte integral de la presente resolución.

Artículo 2.- *Alcance.* Las disposiciones de la presente resolución y la estrategia establecida en el “Plan de Comunicaciones 2016–2018” del Instituto Geográfico “Agustín Codazzi”, serán de observancia para la Secretaría General, Subdirectores, Jefes de oficina, los Directores Territoriales y servidores públicos de la entidad.

Artículo 3.- *Equipo de Comunicaciones.* Este estará conformado por los servidores públicos que para el efecto designa el director general, quienes se encargarán de socializar ejecutar y velar por el cumplimiento efectivo de las estrategias y acciones contenidas en el “Plan de Comunicaciones 2016 – 2018” del IGAC.

Artículo 4.- *Ejecución y Seguimiento.* La Secretaría General, los Jefes de Oficina Subdirectores, Directores Territoriales y demás servidores públicos del Instituto, junto con el personal asignado para el Equipo de Comunicaciones, serán responsables de apoyar la ejecución, conocimiento y aplicación de las políticas de comunicación contenidas en el “Plan de Comunicaciones 2016–2018”, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores públicos para que se vinculen a las actividades lideradas por el IGAC, que garanticen la ejecución idónea del mismo.

El seguimiento a la ejecución del “Plan de Comunicaciones 2016–2018”, será efectuado por la Dirección General, quién podrá solicitar los informes y reportes que considere necesarios.

Parágrafo. El presente plan se proyecta a tres años, sin embargo los gastos y erogaciones que se demanden para la correcta aplicación del “Plan de Comunicaciones 2016-2018”,



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



1 MAY 2016

578

Continúa Resolución No. _____ “Por medio de la cual se establece el Plan de Comunicaciones 2016 – 2018 del Instituto Geográfico Agustín Codazzi y se toman otras determinaciones”

atenderá al principio de anualidad del presupuesto con cargo al proyecto de inversión edición de información geográfica a nivel nacional de la oficina de difusión y mercadeo de información.

Artículo 5.- *Publicación.* Publíquese la presente resolución en la página web del Instituto.

Artículo 6.- *Vigencia.* La presente resolución rige a partir de su expedición.

Dado en Bogotá D.C., el

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE 1 MAY 2016

[Handwritten signature]
JUAN ANTONIO NIETO ESCALANTE
Director

Aprobó: Diana Patricia Rios García / Secretaria General
Revisó: Marcela Abella Palacio / Jefe Oficina Asesora Jurídica
Gloria Maribel Torres / Líder Equipo de Comunicaciones
Proyectó: Angela María Ortiz / Equipo de Comunicaciones



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578

71 MAY 2016

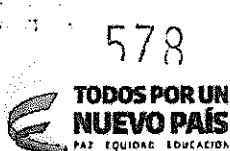
INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTIN CODAZZI

EQUIPO DE COMUNICACIONES

**PLAN DE COMUNICACIONES
2016 - 2018**



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. MARCO CONCEPTUAL.....	6
2. PLAN, POLÍTICA Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTIN CODAZZI	7
2.1. PLAN DE COMUNICACIONES.....	7
2.2. OBJETIVO GENERAL	7
2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
2.7. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO GEOGRAFICO AGUSTIN CODAZZI	10
• Manejo de la imagen corporativa.....	11
• ¿Quién comunica?.....	11
• ¿Qué se comunica? (Contenido).....	11
• ¿Con qué objetivos se comunica?	11
• ¿Por qué medios?	12
• Los públicos objetivos identificados en el IGAC.....	12
• Identidad Corporativa	12
• Los Signos de Identidad	13
2.7.1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	13
• Vocerías Institucionales - Manejo de Prensa.....	15
• Relación con los Medios de Comunicación.....	16
2.8. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LOS CUALES SE REALIZA EL PROCESO DE DIVULGACIÓN E INFORMACION	17
2.9. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS DEL INSTITUTO	18
2.10. ESTRATÉGIA DE COMUNICACIONES	21
3. PROTOCOLO DE CRISIS PARA LA COMUNICACIÓN.....	29
3.1. NIVELES DE CRISIS.....	29
3.2. RESPONSABILIDADES	30



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZO
Sede Central



578

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

3.3. PROTOCOLO DE CRISIS..... 30

3.4. NOTAS..... 30

BIBLIOGRAFÍA 31



INTRODUCCIÓN

El ejercicio de la comunicación garantiza el derecho ciudadano de estar informado sobre las actuaciones de las entidades públicas, apoya la construcción de visión compartida y mejora las relaciones de una entidad con sus grupos de interés, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales. Así mismo contribuye a la generación de espacios de participación que permite a los ciudadanos unas condiciones de acceso a los bienes y servicios públicos, a la información, comunicación y en general a la gestión realizadas por las entidades del estado.

Existe la necesidad de generar y suministrar mecanismos para que el ciudadano ejerza el derecho a la información y a la comunicación, que le permita conocer la gestión realizada por las entidades, y visibilizar la gestión del gobierno nacional, promoviendo legitimidad y confianza frente a una administración pública efectiva y transparente, que promueva la participación activa de los ciudadanos en la construcción de lo público.

En el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC) la comunicación es un sendero creado para que sus colaboradores encaminen sus esfuerzos hacia el logro de los objetivos corporativos dentro de unos límites. Es por ello que el presente Plan de Comunicaciones establece las reglas de juego que en esta materia regirán a los servidores del IGAC y es el referente para el manejo de las comunicaciones externas e internas.

De igual manera, propone la realización de acciones que permitan la construcción de identidad y valor institucional para el reconocimiento de las intervenciones del Instituto, como garante de cumplimiento de los principios y finalidades públicas en materia catastral, agrológica y cartográfica.

Operativa y funcionalmente el Plan apunta a propiciar espacios de participación como estrategia para multiplicar el conocimiento del quehacer del IGAC y la divulgación de las acciones emprendidas para el fortalecimiento de la gestión institucional y el posicionamiento de la gestión realizada.

Atendiendo lo establecido en la Ley 712 de 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", el IGAC pondrá a disposición de la ciudadanía en general y de los servidores públicos del Instituto, la información a la que hace referencia la ley en mención, a través de sus diferentes herramientas y canales de comunicación tanto internos como externos, a fin de que estas puedan obtener la información, de manera directa o mediante impresiones y proporcionar apoyo a los usuarios que lo requieran y proveer a través de la comunicación, información de los trámites y servicios que presta el Instituto.

El Modelo Estándar de Control Interno (MECI) 2014 precisa tres elementos de comunicaciones: Información y Comunicación Interna; Información y Comunicación Externa; y los Sistemas de Información y Comunicación¹, los cuales están encaminados a la producción, visualización y circulación de la información que se promueve, dentro y fuera de la entidad, así como al desarrollo de la gestión institucional de manera eficiente, eficaz y efectiva. Estos factores fueron tenidos en cuenta para diseñar el Plan de Comunicaciones del IGAC, con el fin de contribuir al cumplimiento de su misión y objetivos institucionales.

Así mismo, el Plan de Comunicaciones del IGAC permite dar cumplimiento al proceso de la rendición de cuentas a la ciudadanía, entendida como el ejercicio permanente y transversal de informar la gestión y acciones realizadas por el Instituto en el marco de su labor misional, orientada a afianzar la relación de la administración pública y del Estado con los ciudadanos.

¹ Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano MECI 2014. Página 91.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN COBDAZZI
Sede Central



578

11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

La rendición de cuentas en el IGAC, es un proceso continuo y bidireccional, y una buena práctica de gestión que permite informar y explicar a otros sus acciones, divulgando e informando permanente y oportunamente su gestión, a través de los canales informativos con que cuenta el Instituto, que permite a los servidores públicos interactuar con otras instituciones estatales, organismos internacionales, la sociedad civil y los ciudadanos en general, quienes a su vez, tienen el derecho de exigirla, en el marco del control social que comprende acciones de petición de información y explicaciones, así como la evaluación de la gestión pública, que busca la transparencia de la gestión de la Administración Pública y la adopción de los principios de Buen Gobierno, eficiencia, eficacia y transparencia.

El presente Plan está conformado por tres capítulos: El primero, relacionado el marco conceptual del componente de comunicación, señalado en el Manual de Implementación del MECl; el segundo contiene el desarrollo del Plan, Estrategia, Políticas de Comunicación y Plan de Medios y el tercero lo correspondiente al Protocolo de Crisis de la entidad.

Son documentos complementarios y articulables a este Plan de Comunicaciones, los lineamientos editoriales del Manual de Identidad Gráfica Institucional del IGAC y los procedimientos e instructivos del proceso de Comunicaciones: Procedimiento de Comunicación Externa, Instructivo para la realización de eventos y Procedimiento de Comunicación Interna), los cuales se encuentran publicados en el Sistema de Gestión Integrado del Instituto.



1. MARCO CONCEPTUAL

Teniendo en cuenta los lineamientos para la garantía del derecho fundamental de acceso a la información pública regulado por la Ley 1712 de 2014 y el Decreto reglamentario 1081 de 2015, según la cual toda persona puede acceder a la información pública en posesión o bajo el control de los sujetos, las entidades deben realizar acciones encaminadas al fortalecimiento del derecho de acceso a la información pública, tanto en la gestión administrativa, como en los servidores públicos y ciudadanos en general, que garanticen la transparencia y acceso a la información.

Según el Modelo Estándar de Control Interno MECI 2014, la información y comunicación son un eje transversal de las Entidades Públicas, debido a que las organizaciones lo utilizan durante el ciclo PHVA.

De igual manera, el eje transversal de información y comunicación tiene una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula al IGAC con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, permitiendo que el usuario pueda participar de forma directa en el logro de los objetivos de la Institución.

Con base a este Modelo, se han diseñado políticas, directrices y mecanismos de captura, procesamiento y generación de datos que tienen como fin satisfacer la necesidad de divulgar los resultados, mostrar las mejoras en la gestión de cada una de las dependencias del IGAC, así como procurar que la información y la comunicación de la entidad y de cada proceso sea la adecuada y cubra las necesidades de los públicos objetivos.

A continuación se presenta el marco conceptual señalado en el Manual de Implementación del MECI 2014 del Departamento Administrativo de la Función Pública y en el Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPOI elaborado por Casals & Associates Inc., el cual ofrece las herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para direccionar la comunicación en las entidades del Estado como un instrumento de apoyo a su gestión estratégica.

El principal objetivo del MCPOI es institucionalizar la comunicación en las entidades del Estado como un eje estratégico (proceso y subproceso) y por consiguiente transversal a su estructura organizacional y a la manera como le dan cumplimiento al principio constitucional de publicidad y a la figura de la Rendición de Cuentas a la sociedad. Estimular a la aplicación de los principios de calidad en el desarrollo de los procesos y procedimientos de comunicar y divulgar internamente y externamente.

Para diseñar e implementar el Plan de Comunicaciones, se tuvo en cuenta el Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPOI de Casals & Associates Inc., bajo la siguiente metodología:

- **Formulación de elementos de diagnóstico de la comunicación:** es el punto de partida técnico, ofrece información sobre la situación de la comunicación tanto interna como externa en el Instituto.
- **Definición de Objetivos:** Establece y marca el horizonte hacia el cual se dirigen las estrategias y acciones del Plan.
- **Diseño de Estrategias:** Son las acciones que deben realizarse para mantener y soportar el logro de los objetivos del Plan. Son el cómo lograr y hacer realidad cada objetivo.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578

11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

2. PLAN, POLÍTICA Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO AGUSTÍN CODAZZI

2.1. PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de comunicaciones del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, reúne las directrices, políticas, herramientas, acciones y estrategia comunicativas que se establecen y articulan para la consecución de un propósito comunicativo en el Instituto y el logro de los objetivos.

Establece la Comunicación en el Instituto como un eje estratégico, establece las políticas de operación para promover no sólo unas buenas relaciones con los medios de comunicación y promover la difusión de sus actuaciones, sino contribuir a la consolidación de una cultura organizacional.

El Plan recoge las necesidades e inquietudes identificadas en los elementos de diagnóstico de la comunicación en la entidad (encuestas internas y externas de percepción ciudadana) y formaliza de acuerdo a los diferentes grupos de interés, los medios, canales y herramientas de comunicación, a través de los cuales se divulgará e informará las actividades y gestión desarrollada por el Instituto, que permitan fortalecer y visualizar la gestión de la Entidad ante los medios de comunicación, usuarios y ciudadanía en general y contribuir al posicionamiento del IGAC como autoridad catastral, agrológica, geográfica, cartográfica y geodésica.

Así mismo y con el propósito de dar cumplimiento a la política de comunicaciones del IGAC, el Plan de Comunicaciones define las acciones tanto de comunicación interna como externa, que orientará las estrategias hacia la consecución de los objetivos de promoción, divulgación, accesibilidad y buen uso de la información generada por el instituto en cumplimiento de sus procesos misionales, de acuerdo con la Política de Seguridad de Información vigente en la entidad.

Su ejecución está orientada por el Director General y se lidera desde el Equipo de Comunicaciones del IGAC; de igual manera los directivos son realizadores del plan, por cuanto deben conocer y aplicar las políticas de información y comunicación definidas, así como apoyar su ejecución, en lo que tiene que ver con las áreas a su cargo y con la motivación de los servidores para que se vinculen a las actividades que éste emprenda (capacitaciones, campañas, eventos, foros, etc.).

2.2. OBJETIVO GENERAL

Institucionalizar la comunicación interna y externa en el IGAC como un proceso estratégico y transversal, que interactúa con todas las dependencias, que permita fortalecer el proceso de consolidación de una cultura de la comunicación pública dentro y fuera de la entidad, en desarrollo de su ejercicio de autoridad catastral, agrológica, geográfica cartográfica y geodésica.

2.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Institucionalizar la comunicación pública como una acción estratégica y misional del IGAC para hacer visible, de forma permanente, el ejercicio de autoridad catastral, agrológica, geográfica, cartográfica y geodésica
- Adoptar la gestión de información pública para la divulgación veraz, oportuna, efectiva y transparente de las políticas, planes y proyectos de la entidad en los diferentes niveles de intervención y actuación, a través de las herramientas comunicativas con que cuenta el Instituto.

- Velar para que tanto la información que se recibe y procesa, como aquella que se produce al interior de la entidad, fluya ágilmente entre los servidores y el público en general para propiciar la adecuada comunicación.
- Optimizar las herramientas formales de comunicación con que cuenta el Instituto Geográfico Agustín Codazzi.
- Fortalecer el Proceso de Comunicaciones y desarrollar acciones permanentes para que la comunicación e imagen institucional sean claras, transparentes, oportunas y veraces ante los públicos que nos dirigimos, a través de la información, relaciones públicas, divulgación, socialización, así como de los medios digitales y audiovisuales.

2.4. ELEMENTOS DE DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN EN EL IGAC

Como herramientas de Diagnóstico el Equipo de Comunicaciones realizó el diseño y aplicación de encuestas tanto internas como externas, que evalúan la gestión informativa y comunicacional realizada durante el 2015 y se constituyen en el punto de partida para conocer la percepción de los servidores del IGAC para comunicación interna y de los medios de comunicación y ciudadanía y usuarios para comunicación externa, frente a la labor informativa y comunicativa realizada por el Instituto.

2.5. DIAGNÓSTICO COMUNICACIÓN INTERNA

Desde la alta dirección se generó la necesidad de crear un Equipo de Comunicaciones, cuya función está enfocada a planear, coordinar y liderar estratégicamente las actividades, herramientas, canales y procesos de comunicación internos y externos en conjunto con las Direcciones territoriales, que permitan visibilizar y posicionar al instituto.

En el marco de la Implementación del Sistema de Gestión Integrado, se creó el Proceso de Comunicaciones estandarizado y priorizado en un nivel estratégico para el IGAC, que tiene por objetivo principal divulgar información sobre la gestión y los resultados del Instituto en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés facilitando la rendición de cuentas a la comunidad y organismos de control y contribuir al posicionamiento del Instituto.

El Equipo de Comunicaciones depende de la Oficina de Difusión y Mercadeo y tiene a su cargo el diseño e implementación de la estrategia, gestión comunicacional y de prensa del Instituto, que se encuentran definidas en el presente Plan de Comunicaciones.

En virtud de lo anterior y con el propósito de implementar y ejecutar el Plan de Comunicaciones para la el periodo correspondiente a las vigencias 2016 - 2018, se cuenta con el recurso humano, físico y técnico necesario, que permitirá la correcta y oportuna ejecución de las acciones de comunicación definidas en el mismo.

El diagnóstico de comunicación interna resulta de la realización de la encuesta de comunicación interna, aplicada a los servidores del Instituto de la Sede Central y Direcciones Territoriales, presentando los siguientes resultados:

- Las actividades de comunicación interna implementadas han permitido que un mayor número de servidores esté informado de las acciones, planes, proyectos y campañas adelantadas por el IGAC.
- Se evidencia mayor receptividad y participación de los servidores de la información divulgada a través de las diferentes herramientas de comunicación interna.



- La gestión del Equipo de Comunicaciones tanto de la Sede Central como de las Direcciones Territoriales, han generado un mayor sentido de pertenencia en los servidores, motivándolos a tener una participación activa en las actividades convocadas desde el Equipo de Comunicaciones.
- El correo interno, IGACNET y pantallas digitales, siguen siendo las herramientas de comunicación interna a través de las cuales se mantienen mejor informados los servidores del Instituto.
- La gestión realizada por el Equipo de Comunicaciones de la sede central ha logrado un mayor posicionamiento y es percibida como buena y excelente con un 84.3%.
- Un 76.6% de los servidores del Instituto tanto en Sede Central como en Direcciones Territoriales, se consideran bien informados sobre los asuntos institucionales.
- El 73% de los servidores reconocen que las acciones de comunicación implementadas, han permitido un mejoramiento en el clima organizacional y las relaciones personales en el Instituto.
- La gestión del periodista que cubre las dependencias internas en Sede Central y en las Direcciones Territoriales es calificada como buena y excelente con un 72.2%.
- El 76% de los encuestados se consideran bien informados sobre los temas institucionales que se han divulgado a través de las diferentes herramientas de comunicación interna.
- El correo interno con un 55.1% se constituye en las herramientas de comunicación interna que mejor mantiene informados a los servidores del Instituto.
- Los servidores ven reflejado en medios de comunicación el trabajo que realizan así como el de sus respectivas dependencias y/o Direcciones Territoriales, desde el Equipo de Comunicaciones se seguirá trabajando con las Subdirecciones, Oficinas y Territoriales para seguir generando contenidos temáticos de impacto que permitan mayor presencia del IGAC en los medios de comunicación locales y nacionales.

ANEXO 1: RESULTADOS DE LA HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA

2.6. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Contar con un Equipo de Comunicaciones ha permitido que la labor informativa y comunicativa del Instituto se realice de manera más efectiva y eficiente. La permanente generación, socialización y divulgación de contenidos temáticos informativos sobre la gestión que se realiza, ha permitido que el IGAC se constituya en una fuente de información primaria para los medios diferentes medios de comunicación y que los usuarios tengan un reconocimiento del Instituto como entidad rectora en temas de catastro, agrología, cartografía, geografía, y tecnologías geoespaciales, logrando el posicionamiento de la entidad.

Con el propósito de medir la eficiencia, eficacia y efectividad de la comunicación externa en el Instituto, desde el Equipo de Comunicaciones, se realizaron dos encuestas virtuales de percepción ciudadana percepción, para medir la opinión y grado de satisfacción con respecto a la labor informativa realizada por el Instituto durante la vigencia 2015, una para periodistas de medios de comunicación y otra para la ciudadanía en general, con los siguientes resultados:

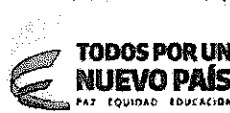
2.6.1. Encuesta de percepción a Medios de Comunicación:

La entrega de información de manera oportuna y satisfactoria por parte del Equipo de Comunicaciones a los diferentes medios de comunicación, recibiendo permanentemente contenidos noticiosos sobre las actividades y gestión realizada con el Instituto, registra que un 68% de los medios encuestados.

Así mismo, labor informativa y periodística ha permitido que el IGAC logre tener un reconocimiento ante los medios de comunicación locales y nacionales y sea calificada como excelente por un 34.3% y buena por un 41.4%.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sete Central



578
7 MAY 2016
PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

Las herramientas de comunicación a través de las cuales los medios de comunicación reciben y obtienen información sobre el IGAC son el correo electrónico y las redes sociales con un 79.8% y 16.2%, respectivamente.

Los temas generados por el IGAC de mayor interés para la gestión realizada por los medios de comunicaciones son los generados por la Subdirección de Catastro y la Subdirección de Agrología, reconociendo al IGAC como la autoridad en catastro, suelos, avalúos.

El desempeño del IGAC en su labor informativa y proceso de socialización y divulgación a medios de comunicación es calificada como buena con un 60% y excelente por un 22.2%, lo que conlleva al Instituto a seguir generando contenidos temáticos de alto impacto que permitan lograr un mayor posicionamiento en medios de Comunicación.

ANEXO 2: RESULTADOS DE LA HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

2.6.2. Encuesta de percepción Ciudadana:

Un 90% del total de los encuestados reconoce al Instituto Geográfico Agustín Codazzi como autoridad Catastral.

La percepción ciudadana con respecto a la gestión de información y prensa que desarrolla el IGAC para dar a conocer su gestión es calificada como buena con un 57.7%, Excelente con un 20.8% y se debe trabajar para mejorar el 21.5% restante que la califica como regular y mala

Los trámites que mayor demanda han tenido por usuarios y ciudadanos son: Certificado Catastral con un 41%, Avalúos o revisión de avalúos con un 22,1%, Certificado Nacional Catastral en Línea con un 20,2% y Englobes o desenglobes con un 15,25%

Las herramientas comunicativas a través de las cuales se mantienen informados los usuarios y/o ciudadanos de la gestión realizada por el IGAC son: los medios de comunicación con un 38,9%, la página web institucional con un 30,7%, las Redes sociales con un 29,5% y Telefónicamente un 1%.

ANEXO 3: RESULTADOS DE LA HERRAMIENTA DE DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN EXTERNA – PERCEPCIÓN CIUDADANA

2.7. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN DEL INSTITUTO GEOGRAFICO AGUSTIN CODAZZI

"Las Comunicaciones en el Instituto Geográfico son un eje estratégico y una herramienta transversal, que contribuye al cumplimiento de sus propósitos, logros, objetivos, acciones misionales y estratégicas, para lo cual se cuenta con un Equipo directivo comprometido con la provisión permanente de información veraz y oportuna para los grupos de interés sobre la gestión, trámites y servicios del Instituto que permite el fortalecimiento de la identidad institucional y generar transparencia de la administración a toda la ciudadanía".

Para ello, mantiene plena disposición a la apertura, la interlocución y la visibilidad bajo los criterios de credibilidad, contexto adecuado, contenido real, claridad, continuidad, consistencia, confidencialidad que respalden el compromiso con la calidad de la información y su proceso de divulgación.



Las políticas de comunicaciones determinan el conjunto de responsabilidades que le corresponde asumir al Equipo de Comunicaciones y que son de competencia de las demás áreas del IGAC y establecen normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias del Instituto.

Los siguientes lineamientos establecen la guía por la cual se adoptan las pautas de actuación que deben aplicar todos los servidores del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, en materia de comunicación:

- **Manejo de la imagen corporativa**

- El Manual de identidad Gráfica Institucional del IGAC, es elaborado y actualizado por la Oficina de Difusión y Mercadeo. La aplicación de este documento garantiza que todas las piezas que se produzcan en el IGAC guarden uniformidad en su estilo y presentación.
- La Oficina de Difusión y Mercadeo proporcionará a todas las dependencias las plantillas necesarias para la presentación los documentos institucionales, no obstante es responsabilidad de los grupos internos de trabajo solicitar estos materiales, al igual que las orientaciones necesarias para su correcta aplicación.
- El Equipo de Comunicaciones cuenta con profesionales en diseño gráfico que apoyan la elaboración de las piezas de comunicación que requieran las diferentes dependencias del Instituto, las cuales se deben solicitar con la debida antelación.
- Las piezas de comunicación utilizadas para la promoción y divulgación de campañas, eventos, planes y programas del IGAC como afiches, volantes, plegables, pendones, invitaciones, escarapelas, libros, memorias, carpetas, calendarios, avisos de prensa, botones, esferos, libretas, entre otros, serán realizados por el Equipo de Diseño de la Oficina de Difusión de mercadeo, y deben responder y cumplir a los lineamientos establecidos en el Manual de Identidad Gráfica Institucional del IGAC y ser aprobados por el Líder del Equipo de Comunicaciones.
- Toda pieza de comunicación que se produzca, derivada de un contrato o convenio externo y que lleve la imagen del Instituto, debe seguir las pautas de presentación e identificación corporativa contenidas en el Manual de Identidad Gráfica Institucional del IGAC.

- **¿Quién comunica?**

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi es el emisor directo y primario de todos los mensajes y contenidos temáticos que se divulgan a través de las diferentes herramientas o canales de comunicación, así como a medios de comunicación y es la alta dirección quien decide qué se comunica a los servidores y a la ciudadanía en general.

- **¿Qué se comunica? (Contenido)**

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi comunica información acerca de su gestión y labor misional, planes, proyectos, actividades y eventos realizados para el mejoramiento de las condiciones geográficas, cartográficas, agrológicas y catastrales del país, así como las acciones de control realizadas en su ejercicio de autoridad catastral.

De acuerdo al público objetivo, se define el contenido de los mensajes emitidos por el IGAC, estableciendo qué tipo de información es directa, cual indirecta o masiva y qué dependencias trabajarán de la mano el Equipo de Comunicaciones, para impartirla de modo eficaz.

- **¿Con qué objetivos se comunica?**

Los principales objetivos de comunicación en la entidad son:



- Difundir información clara, oportuna y veraz acerca de los planes, proyectos, acciones, eventos, campañas y apuestas del IGAC.
- Construir conceptos y valores comunes que faciliten la interlocución y cooperación entre actores de la gestión Catastral en el país.
- Mantener adecuadas relaciones con los usuarios y medios de comunicación, garantizando que la información llegue de manera oportuna, veraz, suficiente y transparente.
- Proveer la información necesaria de manera oportuna para que los servidores puedan desempeñar sus funciones.
- Promover la motivación, la cooperación y la satisfacción del trabajo en cada uno de los servidores que integran el Instituto.
- Generar cambios voluntarios de actitud y conducta de los distintos actores para mejorar el clima laboral en el Instituto.

- **¿Por qué medios?**

El Equipo de Comunicaciones de acuerdo con la información a divulgarse, determina el medio y la herramienta o acción más apropiada para su publicación y socialización, se tiene cuenta criterios como: público objetivo, temática del mensaje, resultados esperados y presupuesto.

Los lineamientos para publicar o divulgar información del IGAC, se encuentran establecidos en el Proceso de Comunicaciones y sus respectivos procedimientos, contenidos en el link del Sistema de Gestión Integrado, los cuales deben ser cumplidos por todas las áreas y/o dependencias del Instituto, que requieran dar a conocer información tanto interna como externamente.

La divulgación, socialización y publicación de información del IGAC se realiza a través de medios escritos, televisivos, radiales, multimedia, audiovisuales, virtuales (internet e intranet), productos comunicativos y otros espacios como los seminarios, foros y conferencias, de conformidad con el Plan de Medios y Acciones Comunicativas.

- **Los públicos objetivos identificados en el IGAC**

- Comunidad en general de todos los estratos socioeconómicos
- Periodistas y medios de comunicación
- Comunidad Educativa: Niños, niñas, jóvenes, universitarios, docentes, padres de familia.
- Empresas privadas, comerciantes, sectores productivos con las que interactúa en desarrollo de las funciones y competencias del IGAC
- Entidades e institutos del orden nacional
- Entidades regionales y locales
- Organismos de Control político, fiscal y disciplinario
- Entidades Policivas
- Organizaciones No Gubernamentales
- Funcionarios y Contratistas del IGAC, cuando el mensaje deba generar cultura organizacional.

- **Identidad Corporativa**

En el IGAC, lo que define la identidad visual en términos operativos es la elaboración e implementación del Manual de Identidad Gráfica Institucional del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, el cual permite la correcta aplicación de los signos de identidad en todas las piezas que se elaboren en la entidad para mantener una presencia coherente interna y externamente. Su aplicación es de estricto cumplimiento.



• Los Signos de Identidad

Los signos de identidad en el IGAC es la suma de lo que es, lo que hace (cultura, conducta e identidad) y lo que transmite hacia adentro y hacia su entorno (imagen). Los signos de identidad son verbales (nombre y marca) y visuales (logotipo, símbolo, y colores corporativos).

La imagen corporativa se conforma de estos signos distintivos, los cuales deben estar presentes en toda clase de eventos, así como en el material editorial y promocional en concordancia con el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Instituto Geográfico Agustín Codazzi, que se encuentra publicado en la IGACNET.

2.7.1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

"La Comunicación Interna en el Instituto Geográfico Agustín Codazzi, se constituye en uno de los ejes transversales en el instituto y en una herramienta de estamento directivo para apoyar la divulgación e implementación de buenas prácticas, códigos éticos, responsabilidad institucional y social y fortalecimiento de la identidad institucional. Así mismo, está orientada a promover una visión compartida, un trabajo colaborativo y el fortalecimiento del sentido de pertenencia de los funcionarios y contratistas del Instituto, a través de la apropiación de los objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar del IGAC, en torno a la construcción de su imagen corporativa".

Partiendo de que la comunicación interna divulga el quehacer del Instituto, para el establecimiento de políticas internas de comunicación del IGAC se tomaron como guía los principios fundamentales, lineamientos y alcances de la comunicación establecidos en las disposiciones del Modelo Estándar de Control Interno – MECI, que constituyen el derrotero a seguir en el Instituto:

- Teniendo en cuenta que la comunicación se convierte en un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo que debe por tanto fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal, para propiciar la toma acertada de decisiones en todos los niveles.
- Al interior del Instituto se continuará interiorizando en los servidores la visión, la misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.
- La comunicación entre los funcionarios y contratistas del IGAC debe procurar las relaciones basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.
- Cada funcionario y contratista del IGAC debe convertirse en agente multiplicador de la información recibida internamente a través de los distintos canales con que cuenta la entidad (web, intranet, correo interno, pantallas digitales, entre otros), para que dichos servicios lleguen a todos los funcionarios y contratistas y se propicien relaciones de diálogo y colaboración entre los servidores.
- Es responsabilidad de los jefes asegurarse que los integrantes de su equipo de trabajo reciban y comprendan la información que el IGAC suministra para el cumplimiento de los objetivos institucionales y tienen la responsabilidad de transmitir a los conductos regulares pertinentes las consultas, opiniones, sugerencias y propuestas de su equipo de trabajo y hacerles seguimiento.



- Los jefes deben generar espacios de conversación con sus equipos de trabajo en forma periódica y constante para suministrar la información necesaria que les permita a los servidores desempeñar eficientemente sus labores y hacer retroalimentación sobre los temas tratados.
- Es deber de todos los funcionarios y contratistas del Instituto para promover la adecuada comunicación interna:
 - Leer el correo interno, mínimo 2 veces al día.
 - Contestar de manera educada el teléfono de la entidad.
 - Utilizar los procedimientos del proceso de comunicaciones.
 - Aplicar los instructivos de uso y administración de carteleras, correo interno y teléfono, que se encuentran en los procedimientos de comunicaciones.
 - Divulgar la información de interés general con los contratistas que no tienen acceso al correo interno.

Toda pieza de comunicación o material divulgativo diseñado o producido desde el Equipo de Comunicaciones, la Oficina de difusión y Mercadeo o desde cualquier dependencia o Grupo Interno de Trabajo, es institucional, en consecuencia y sin excepción alguna, llevará únicamente el logo del IGAC de acuerdo con el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Instituto Geográfico Agustín Codazzi

Los servidores del Instituto de la Sede Central y Direcciones Territoriales deben dar cumplimiento a lo establecido en el Procedimiento de Comunicación Interna establecido en el marco del SGI – Sistema de Gestión Integrado.

- **Manejo, confidencialidad y seguridad de la información generada por el Instituto.**

Se debe dar cumplimiento a lo establecido en la Resolución No. 578 del 7 de Junio de 2012 Por la cual se adoptan las políticas del sistema de gestión de seguridad de la información del Instituto, cuyo objetivo es establecer la política del SGSI soportada en las políticas de: gestión de la seguridad de la información, clasificación, control de activos de información, seguridad respecto al recurso humano (entendiendo sus responsabilidades y aptitudes frente a la seguridad de la información), seguridad física, gestión de comunicaciones y operaciones, control de acceso, adquisición, desarrollo y mantenimiento de sistemas de información, gestión de incidentes y riesgos de seguridad de la información, continuidad de actividades y cumplimiento, que representan la posición de la administración del Instituto con respecto a todos los activos de la información.

Así mismo y frente a la confidencialidad en el manejo de la información, los servidores del Instituto deberán:

- Abstenerse de divulgar o comercializar, parcial o totalmente la información que conoce, administra u opera, en ejercicio de las actividades que desarrolla para el Instituto, a cualquier persona natural o jurídica, entidades gubernamentales o privadas, en cualquier medio digital o análogo.
- Abstenerse de utilizar, explotar, emplear, publicar o divulgar la información, que en desarrollo de sus actividades conozca, administre u opere, en una forma diferente a la autorizada u ordenada por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi.
- Observar las indicaciones que se den a todas aquellas personas que tengan acceso a la información sobre la forma de operar, utilizar, manejar las medidas de seguridad y demás para que la información subsista bien manejada y protegida.
- Velar por la adecuada conservación, uso y manejo de la información, los documentos y archivos que se deriven del ejercicio de actividades, para tal efecto todo servidor público debe mantener organizados dichos documentos de conformidad con las Tablas de Retención Documental establecidas en el Instituto.

- Acatar los lineamientos fijados por el Instituto frente a riesgos de corrupción y medidas para mitigarlos, así como los demás elementos constitutivos del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano adoptado mediante Resolución 296 de 2013.
- El uso de la información no otorga derecho ni constituye licencia para utilizar la información sin observar los principios de la ética, ni otorgando, favoreciendo o beneficiando a cualquier otra persona natural o jurídica para ello los servidores emplearán todos los medios a su alcance para impedir esa irregular utilización de la información.

2.7.2. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

“La Comunicación Externa del Instituto Geográfico Agustín Codazzi parte del principio fundamental de acceso y derecho a la información pública y está definida como un eje estratégico para divulgar y suministrar información de calidad, clara, veraz y oportuna al ciudadano, sobre los productos, servicios, trámites la gestión, resultados y las actividades del IGAC entorno a su gestión local o nacional, en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés, usuarios y ciudadanía, facilitando la rendición de cuentas permanente a la comunidad y organismos de control y contribuir al posicionamiento del Instituto como Autoridad Catastral agrológica, geográfica y geodésica, a través de las diferentes herramientas externas con que cuenta el Instituto”

Todas las dependencias del IGAC están obligadas a entregar información veraz, precisa, confiable, de manera oportuna y clara, al Equipo de Comunicaciones para ser divulgada y socializada a través de las diferentes herramientas y canales de comunicación del Instituto.

Teniendo en cuenta los diversos clientes y usuarios del IGAC se establecieron las siguientes políticas para cada grupo de interés así:

• Vocerías Institucionales - Manejo de Prensa

- El Equipo de Comunicaciones, en concordancia con el tratamiento de la imagen institucional señalada en el Manual de Identidad Gráfica Institucional, a cargo de la Oficina de Difusión y Mercadeo, es la encargada del manejo y atención de los medios de comunicación.
- El vocero oficial del IGAC ante los medios de comunicación es el Director General del Instituto o Director Territorial o el funcionario que éste delegue, de común acuerdo con el Equipo de Comunicaciones.
- Solamente el Director General del Instituto, designará los funcionarios que pueden responder a las inquietudes o preguntas presentadas por los medios masivos y reportar información, con previa autorización y coordinación con El Equipo de Comunicaciones.
- Es función exclusiva del Equipo de Comunicaciones adelantar contactos con periodistas y medios de comunicación para divulgar información, convocarlos a ruedas de prensa o a eventos organizados por el IGAC.
- La elaboración y envío de boletines de prensa es responsabilidad exclusiva del Equipo de Comunicaciones, ningún funcionario o contratista del Instituto puede asumir labores inherentes al trabajo de prensa del Instituto.
- Las dependencias encargadas de preparar, suministrar y enviar información (escrita, oral o audiovisual) a los medios de comunicación y a periodistas, son la Dirección General, la Secretaria General y las Subdirecciones, a través del Equipo de Comunicaciones, previa información remitida por las oficinas técnicas.
- En caso de que surja un tema noticioso de alto impacto en las regiones, positivo o negativo, es obligación del Director Territorial y/o Periodista territorial informar al Equipo de Comunicaciones de la Sede Central, con el objeto de determinar el proceder para la entrega de la información.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578
**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

- El Equipo de Comunicaciones, en concordancia con el tratamiento de la imagen institucional es la encargada de brindar el soporte necesario a los servidores

- **Relación con los Medios de Comunicación**

La relación del Instituto Geográfico Agustín Codazzi con los medios de comunicación tiene carácter institucional y está basada en principios de veracidad, libertad, claridad, confianza, y oportunidad, centrada en la crítica objetiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte del nivel directivo.

El IGAC define un plan de medios, que estará a cargo del Equipo de Comunicaciones, a través del cual se promueve la socialización y divulgación de la gestión del Instituto, proveyendo de manera oportuna información oficial y actualizada, para que sea difundida amplia y masivamente por los diferentes medios de comunicación escritos, radiales, televisivos, electrónicos, de cubrimiento local y nacional.

Es función exclusiva del Equipo de Comunicaciones adelantar contactos con periodistas y medios de comunicación para divulgar información o convocarlos a ruedas de prensa o eventos organizados o apoyados por el IGAC.



2.8. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LOS CUALES SE REALIZA EL PROCESO DE DIVULGACIÓN E INFORMACION

Los medios de comunicación internos y externos, son mecanismos o herramientas dispuestos por el Instituto Geográfico Agustín Codazzi para divulgar y dar a conocer elementos, aspectos e información general de la gestión y de interés e importancia tanto para los servidores que integran el Instituto, como para la ciudadanía y usuarios en general, que facilitan la divulgación, circulación amplia, clara y focalizada de la información generada por el Instituto, hacia los diferentes grupos de interés

2.8.1. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNOS

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi cuenta con las siguientes herramientas o canales de comunicación de carácter interno, los cuales serán implementados en el marco de la estrategia de Comunicaciones:

- **Pantallas Institucionales**

El IGAC cuenta con pantallas digitales que son piezas de divulgación masiva, ubicadas en diferentes puntos de la Sede Central y en los Centros de Información en las Direcciones Territoriales, visibles tanto para los usuarios externos como para los funcionarios de la entidad, a través de las cuales El Equipo de Comunicaciones informa de manera permanente información sobre comunicados, noticias, eventos, campañas, avisos generales de interés, productos y servicios del IGAC, novedades de contratación, monitoreo de medios, entre otros, y están dirigidas tanto a los funcionarios como al público externo que visita los diferentes pisos y territoriales del IGAC, su administración está a cargo del Equipo de Comunicaciones y son los responsables actualizar permanentemente los contenidos publicados. (Procedimiento de Comunicación Interna establece lo relacionado para la Administración de las Pantallas Digitales).

- **Correo Electrónico Interno - OUTLOOK**

Es una de las herramientas a través de la cual los servidores del Instituto se mantienen mejor informados, el Equipo de Comunicaciones divulga diaria y permanentemente información de interés para los servidores del IGAC como: boletines de prensa, agenda de actividades, convocatorias a eventos, convocatorias internas, boletines virtuales, campañas internas, el registro diario de las noticias del IGAC y del Gobierno Nacional e información de interés para los servidores de la entidad.

El correo interno es manejado directamente por cada servidor del IGAC y es a su vez responsable del uso y de la información que emita. (Procedimiento de Comunicación Interna - Del uso del correo institucional)

- **IGACNET**

A través de la Igacnet que es una red interna de área local, de uso exclusivo del IGAC, se da a conocer información noticiosa, galería fotográfica, videos, información general de interés para los servidores, contiene aplicaciones administrativas y misionales como los manuales de funciones y de procesos y procedimientos. Es administrada por la Oficina de Informática y los contenidos correspondientes a las secciones de noticias home, noticias del día y lo que está pasando son administrados y actualizados diariamente por el Equipo de Comunicaciones. (Procedimiento de Comunicación Interna - Uso y Administración de la Igacnet).

Para administración de la IGACNET intervienen diferentes dependencias:



- **Gestión Informática:** tiene a su cargo el adecuado soporte informático y funcionamiento de la plataforma
- **Equipo de Comunicaciones:** tiene a cargo el diseño, administración y actualización de contenidos.
- **Cada área del IGAC:** Es responsable de hacer llegar al Equipo de Comunicaciones, las actualizaciones de la información de los aplicativos a su cargo, y que deben estar debidamente publicados en la IGACNET.

- **Boletín “MI IGAC”**

Es un boletín producido por el Equipo de Comunicaciones, en el cual se divulga temas administrativos, contractuales y de talento humano de interés de los funcionarios y contratistas, a partir de la información suministrada por la Secretaria General, su propósito es motivar la activa participación de los servidores en las actividades desarrolladas por el IGAC, se envía semanalmente por correo electrónicos de los funcionarios y contratistas. Este boletín se produce en cada territorial con información alusiva y oportuna para los servidores de la respectiva territorial. (Procedimiento de Comunicación Interna - Realización del boletín MI IGAC).

- **VISOR**

Es una publicación de carácter virtual, a través del cual el Equipo de Comunicaciones divulga información del quehacer del IGAC y registra los eventos organizados o en los que participa la entidad y actividades representativas de la gestión realizada por las dependencias, relacionada con eventos institucionales, celebraciones y reconocimientos a la labor de los equipos de trabajo tanto de la Sede Central como de las Direcciones Territoriales. Se envía quincenalmente a los servidores de manera masiva, a través del correo institucional, el estilo gráfico, secciones, unidad de género y fotografías que contendrá la publicación, así como la información de las actividades generadas por cada dependencia del IGAC estarán a cargo del Equipo de Comunicaciones determina. (Procedimiento de Comunicación Interna - Realización y divulgación del VISOR).

- **Campañas internas**

Son lideradas y diseñadas desde el Equipo de Comunicaciones de manera articulada con la Secretaria General del Instituto, a través de las campañas se da a conocer mensajes de carácter institucional o de interés particular para una entidad, con el fin de sensibilizar y motivar a los servidores, con temáticas que permitan fortalecer el sentido de pertenencia y mejorar el clima laboral. (Procedimiento de Comunicación Interna - Realización de Campañas Internas).

- **Monitoreo de Medios**

Con el propósito mantener informados a los servidores sobre las actuaciones del Instituto y conocer la percepción de los medios de comunicación y de la opinión pública sobre las actividades que realiza el Instituto, semanalmente el Equipo de Comunicaciones envía masivamente por correo institucional prensa@igac.gov.co a los servidores del Instituto, el resumen del monitoreo de medios con las noticias de prensa, así mismo a través de las carteleras digitales.

2.9. MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS DEL INSTITUTO

El Instituto Geográfico Agustín Codazzi cuenta con las siguientes herramientas o canales de comunicación de carácter externo, los cuales serán implementados en el marco de la estrategia de Comunicaciones, a través de los cuales se informa y divulga la gestión y actividades del Instituto,



- **Comunicados o Boletín de Prensa**

Los comunicados de prensa son documentos con contenido y orientación noticiosa y periodística que van dirigidos a los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y portales de internet). Es responsabilidad exclusiva del Equipo de Comunicaciones, elaborar los comunicados a partir de la información suministrada por las diferentes dependencias y enviarlos vía e mail o entrega personalizada a los periodistas que cubren la fuente de ambiente, económico y político. Los comunicados constituyen el *free press* del Instituto, es decir el manejo libre que realiza el Equipo de Comunicaciones con los diferentes medios, que garantiza de forma gratuita la presencia permanente y positiva del IGAC en los medios de comunicación. (Procedimiento de Comunicación Externa - Realización de Comunicados o Boletín de prensa)

- **Página Web**

La página web del Instituto www.igac.gov.co es el medio de comunicación más actualizado, a través de la el Equipo de Comunicaciones del Instituto publica de manera permanente información de carácter técnico, normativo y misional generada por el Instituto. Cuenta con un portal de noticias <http://noticias.igac.gov.co/> en donde se encuentran publicados los comunicados o boletines de prensa producidos. Así mismo cuenta con un centro de descargas para acceder a los formularios y formatos de trámites catastrales, así como el Geoportal, encuestas y chat; ofrece el diccionario geográfico, mapas turísticos y noticias del Instituto.

Los contenidos son administrados por el Equipo de Comunicaciones y la plataforma del sistema es operada por la Oficina de Informática.

- **Redes sociales:**

A través de las redes sociales el IGAC promueve espacios y procesos de participación ciudadana, con el fin de publicar información relacionada con las políticas, planes, programas y proyectos que lidera el Instituto, promocionar e informar sobre los trámites y servicios que presta el IGAC, eventos y en general contenidos temáticos sobre la gestión realizada, así como realizar control social, resolver inquietudes de los usuarios o seguidores de las redes institucionales.

El manejo y administración de las redes sociales es competencia única y exclusiva del Equipo de Comunicaciones, a través del profesional Social Media Manager.

- **Facebook**

En esta red social se utiliza la aplicación de Fan Page a través de la cuenta www.facebook.com/Colombia.IGAC, en donde diaria y permanentemente el Instituto está informando contenidos temáticos de interés ciudadano, información ampliada sobre: trámites, servicios, gestión realizada por el IGAC, información entrelazada con otras entidades, eventos, convocatorias, fotos, videos, entre otros, con el fin de informar de primera mano y mantener un contacto directo y permanente con los usuarios. (Procedimiento de Comunicación Externa – Manejo y Administración de Redes Sociales / Facebook)

- **Twitter**

A través de la cuenta de Twitter [@igacColombia](https://twitter.com/igacColombia) / www.twitter.com/igacColombia el Instituto publica de manera permanente de acuerdo con la dinámica y gestión propia del instituto y sus diferentes dependencias, contenidos temáticos e información general relacionada su gestión y labor misional, ayuda a vincular a la ciudadanía y usuarios con el IGAC debido a la rapidez del mensaje que transmite de forma inmediata, atención y respuestas a los tweets y a los mensajes directos enviados por los usuarios. (Procedimiento de Comunicación Externa – Manejo y Administración de Redes Sociales / Facebook)



- **YouTube**

A través del canal institucional IgacColombia / www.youtube.com/user/TheIGACTV el cual funciona como un portal de videos o televisión digital, el Instituto a través del Equipo de Comunicaciones, publica el material videográfico realizado acerca de sus actividades, trámites y servicios, contenidos temáticos específicos relacionados con catastro, agrología, cartografía, geografía, tecnologías y en general temáticas entre otros. El manejo y administración del canal es competencia única y exclusiva del Equipo de Comunicaciones. (Procedimiento de Comunicación Externa – Manejo y Administración de Redes Sociales Canal Theigactv)

- **Producción de Material Audiovisual**

El Equipo de Comunicaciones es el encargado de realizar la producción y edición de: spots, video clips, notas informativas con mensajes institucionales, contenidos educativos y pedagógicos claros y contundentes, sobre las diferentes temáticas a cargo del Instituto, que permitan a los usuarios conocer de manera clara y didáctica la gestión realizada por el IGAC relacionados con cartografía, catastro, geográfica y agrologica, gestión del conocimiento, entre otros.

El material videográfico es publicado a través de la página web, redes sociales, canal youtube, pantallas digitales y en los módulos educativos itinerantes del IGAC para conocimiento general. Así mismo pueden ser emitidos en salas de cines y canales de televisión (por código cívico de la Comisión Nacional de Televisión).

- **Diseño de Piezas de Comunicación**

El Equipo de Comunicaciones cuenta con profesionales en diseño gráfico que apoyan la elaboración de las piezas de comunicación que requieran las diferentes dependencias del Instituto para divulgar los temas a su cargo, tanto interna como externamente. Toda pieza de comunicación o material divulgativo diseñado o producido se constituye en institucional, en consecuencia y sin excepción alguna, llevará únicamente el logo del IGAC de acuerdo con Manual de Identidad Gráfica Institucional del IGAC. No llevará, nombres o logos de Grupos internos de Trabajo o dependencias.

- **Eventos de carácter catastral, agrológico, geográfico, cartográfico y geodésico**

Los eventos que realice o en los que participe el Instituto a través de sus diferentes dependencias deberán estar acompañados y coordinados por el Equipo de Comunicaciones y los aspectos relacionados con su organización, logística y protocolo, deberán corresponder a lo establecido en el Instructivo para la realización de eventos del Procedimiento de Comunicación Externa.

Eventos como agendas académicas, foros, seminarios, conversatorios, talleres, entre otros, en donde, de acuerdo a la temática del evento, se dan a conocer las acciones adelantadas por el Instituto, y se hace presencia mediante la instalación del stand institucional y la entrega de material divulgativo, se constituyen en espacios que permiten la socialización y profundización de temas de interés ciudadano en materia catastral, agrológico, geográfico, cartográfico y geodésico, el intercambio de información y la rendición de cuentas a la comunidad.

- **GEOMAIL**

Es un boletín virtual producido por el Equipo de Comunicaciones, en el cual se divulga actividades representativas generados por las áreas misionales a cargo del Instituto como Catastro, Agrología, Cartografía, Geografía y Tecnología Geoespacial, su propósito es informar y socializar a otras entidades del Orden Nacional, Departamental,



Regional y Gremios, así como a entidades del sector, toda la actividad realizada por el IGAC, mensualmente es enviado por correo electrónico a la base de datos.

• Ruedas de Prensa

Las ruedas de prensa son organizadas y convocadas por el Equipo de Comunicaciones y quienes a su vez son los encargados de realizar los comunicados de prensa que se entregan a los periodistas con el desarrollo de la información y la posición oficial del Instituto frente al tema a tratar, que permiten divulgar de manera oficial, a través del Director General del Instituto o vocero designado, información de importancia para la ciudad. (Procedimiento de Comunicación Externa - Realización de ruedas de prensa)

2.10. ESTRATÉGIA DE COMUNICACIONES

La estrategia de comunicaciones del IGAC es la carta de navegación que sigue el Equipo de Comunicaciones, para cumplir con su objetivo de comunicar interna y externamente la gestión de la entidad, con el fin de promover la construcción de una visión compartida, facilitar los procesos de rendición de cuentas y suministrar información de manera oportuna a los, así como brindar atención directa a los usuarios tanto internos como externos, responder, tramitar y controlar las quejas y reclamos de los usuarios, y dar cumplimiento a las metas contenidas en el Plan de Comunicaciones que son responsabilidad del IGAC.

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta externa y de acuerdo con la evaluación realizada al consolidado de los registros obtenidos en los medios de comunicación, se estableció que el eje central del Plan de Comunicaciones para el año 2016 será el tema de aprovechamiento de los insumos agrologicos, catastrales, geográficos, cartográficos y geodésicos para el ordenamiento territorial, el posconflicto y la construcción del nuevo país, así como los insumos que presta el IGAC como apoyo técnico a la implementación de medidas de protección de bienes y restitución de tierras.

La estrategia de comunicaciones contempla acciones comunicativas internas y externas para la consecución y divulgación de información de contenidos temáticos de alto impacto, que permitan la presencia permanente, positiva y de impacto en medios de comunicación masivos, locales y regionales, generando una divulgación oportuna, proactiva no reactiva ante medios de comunicación y ciudadanía, para satisfacer las necesidades informativas de los usuarios, tanto internos como externos.

Las acciones a desarrollarse estarán directamente relacionadas con la gestión en geografía, cartografía, agrología, catastro y tecnologías geoespaciales, gestión del Conocimiento del Instituto en los temas que se relacionan a continuación:

Catastro:

- Restitución de tierras. Trabajo conjunto con SNARIV
- Titulación
- Formación catastral
- Registro
- Actualización catastral
- Conservación catastral
- Sistema Nacional Catastral
- Información catastral
- Avalúos

Geografía y Cartografía:

- Estudios Geográficos



- Deslinde de Entidades Territoriales
- Ordenamiento Territorial
- Geodesia
- Generación de Datos Geoespaciales
- Imágenes Geoespaciales
- Productos Cartográficos
- Gestión de Proyectos
- Control Terrestre y Clasificación de Campo

Agrología

- Laboratorio Nacional de suelos
- Proyectos especiales
- Inventario y el monitoreo de los suelos
- Identificación de la calidad, vocación, uso y prácticas de manejo de tierras con el propósito de establecer su extensión, clasificarlas, zonificarlas y evaluarlas con fines múltiples
- La información contenida en los levantamientos de suelos constituyen la mejor integración de los factores físicos ambientales de una región alrededor del recurso tierra

CIAF

- Labores de investigación, apropiación y transferencia tecnológica
- Asesoría y consultoría a nivel nacional e internacional, en los temas de gestión de la Información Geográfica
- Las Infraestructuras de Datos Espaciales IDE
- Aplicación de tecnologías de sistemas de información geográfica y sensores remotos en las ciencias de la tierra
- La planificación regional y urbana, el manejo y conservación de los recursos naturales y del medio ambiente.

Difusión y Mercadeo:

- Atención al Ciudadano
- Servicios y Trámites del IGAC

• Cubrimiento Periodístico interno

Con el propósito de cubrir y apoyar las necesidades de comunicación de las dependencias tanto en Sede Central como en las Direcciones Territoriales del IGAC, el Equipo de Comunicaciones asigna periodistas por Fuente o Dependencias, para realizar un seguimiento permanente, oportuno y tener un mayor conocimiento de las acciones ejecutadas por cada una de las áreas, para la oportunidad y permanente divulgación de la información producida por el Instituto, a través de boletines de prensa y productos temáticos comunicativos, para ser divulgados a través de las diferentes herramientas de comunicación externa con que cuenta el Instituto, que permitan lograr mayor difusión y visibilidad ante los medios de comunicación y la ciudadanía en general del quehacer institucional.

• Posicionamiento de Marca del IGAC

En el marco de la estrategia de comunicaciones del IGAC, las acciones de comunicación interna y externa, apuntan a propiciar espacios de participación ciudadana como estrategia para multiplicar el conocimiento del quehacer del IGAC y la divulgación de las acciones emprendidas para el fortalecimiento de la gestión institucional que permitan visibilizar de la gestión en los diferentes medios de comunicación, que contribuyan al continuo posicionamiento del Instituto.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578
11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

Así mismo, garantizar que la comunicación e imagen institucional sean claras, transparentes, oportunas y veraces ante los públicos que nos dirigimos, a través de la información, relaciones públicas, divulgación, socialización, así como de los medios digitales y audiovisuales.

Continuar generando y divulgando contenidos informativos, actividad que ha permitido que el IGAC se constituya en una fuente de información primaria para los medios diferentes medios de comunicación y que los usuarios tengan un reconocimiento del Instituto como entidad rectora en temas de catastro, agrología, cartografía, geografía, y tecnologías geoespaciales, logrando posicionamiento de la entidad.

- **Encuestas de Percepción**

Teniendo en cuenta que las encuestas ofrecen un claro enfoque para identificar las verdaderas necesidades y percepción de los clientes, usuarios y ciudadanos en general con respecto a un tema o enfoque específico; desde el Equipo de Comunicaciones anualmente se realizará el diseño y aplicación de una encuesta de percepción interna y externa, que permita conocer el resultado de cuenta de la labor informativa y comunicativa realizada por el Instituto, con el propósito de tener un diagnóstico comunicaciones y contar con una herramienta de diagnóstico para la toma de decisiones.

- **Rendición de Cuentas Permanentemente**

La rendición de cuentas a la comunidad es complementaria de la rendición de cuentas a los organismos de control que está reglamentada por la ley. En el marco de la estrategia de comunicaciones, desde el Equipo de Comunicaciones la rendición de cuenta se realiza de manera permanente, toda vez que la información generada desde el IGAC es publicada y divulgada diaria y permanentemente a través de las diferentes herramientas o canales de comunicación tanto internas como externas, para que los usuarios y ciudadanía en general estén informados acerca de los trámites, servicios y gestión realizada por el Instituto.

- **Rendición de cuentas Anual reglamentada por Ley**

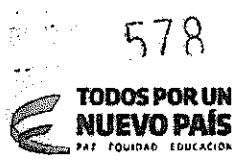
A través de la rendición de cuentas se busca fortalecer y contribuir al desarrollo de los principios constitucionales de transparencia, responsabilidad, eficiencia, eficacia e imparcialidad en el manejo de los recursos públicos y fomentar la interlocución directa de las instituciones y servidores públicos con la ciudadanía, basados en la retroalimentación recibida del público en general.

El IGAC tiene implementado un programa anual de rendición de cuentas a la comunidad, el cual tiene como propósito posibilitar mejores condiciones de transparencia, generar confianza entre gobernantes y ciudadanía y facilitar el control social a la administración pública, para lo cual el Equipo de Comunicaciones tendrá a su cargo las siguientes actividades:

- Realizar el proceso de divulgación del evento de rendición de cuentas institucional, a través de la Página Web, Redes sociales, Medios de Comunicación, Pantallas Institucionales, correo interno masivo, IGACNET.
- Realizar la producción del video institucional de acuerdo con la información suministrada por cada una de las dependencias del IGAC y la Oficina Asesora de Planeación.
- Publicar a través de la página web institucional el reglamento y el informe de gestión, que sea suministrado por la Oficina Asesora de Planeación.
- Realizar la grabación del evento de Rendición de cuentas, y publicarlo a través del Canal de You Tube Institucional, para divulgarlo a través de las redes sociales
- Una persona del Equipo de Comunicaciones será la encargada de presentar la Rendición de Cuentas.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

- Coordinar la elaboración de material impreso previo visto bueno de la información a publicar por parte de la Dirección General.

- **Atención a la Ciudadanía**

Para responder de forma directa a las inquietudes de la comunidad sobre trámites e información catastral, geográfica y agrologica, El Instituto dispone de Ventanillas de Atención al Ciudadano, el PBX, los puntos de información en las territoriales y el IGAC Móvil.

Igualmente la biblioteca cuenta con publicaciones de interés para consulta de los usuarios, así como documentos técnicos, videos y piezas divulgativas.

El Instituto cuenta con 4 escenarios para la atención de visitantes, el Museo de Suelos, el Museo de Cartografía y Geografía, el Laboratorios de Suelos y el Centro de Información Geográfica, en donde se realizan actividades de educación no formal e informal y se generan dinámicas y procesos sociales de reconocimiento, catastral, predial, geográfico y agrologico. Igualmente el IGAC cuenta con la oficina móvil que viaja por el país.

En estos espacios se dispone de material divulgativo con información del Instituto, así como buzones de sugerencias que permiten recoger y atender las inquietudes de los usuarios.



2.11.1. ACCIONES ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA:

ESTRATEGIA 2016-2018	OBJETIVO	RESULTADO ESPERADO	META 2016-2018	ACTIVIDAD	PÚBLICO	RESPONSABLE
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN INTERNA	<p>Divulgar e informar a los servidores del Instituto de manera permanente a través de los canales internos de comunicación las acciones y gestión generada por el IGAC.</p> <p>Promover que los funcionarios del Instituto estén informados oportunamente sobre las y hagan uso de los canales de información interna.</p>	<p>Consolidar los distintos canales de comunicación interna del IGAC, para que sean el medio prioritario por el que se informan los servidores</p>	<p>Implementar anualmente mínimo 7 canales internos de comunicación para divulgar de manera permanente información a los servidores del IGAC</p>	<p>IGACNET: Publicar y divulgar diariamente a través de la IGACNET notas informativas y motivar a los servidores para que consulten y aprovechen esta herramienta.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
				<p>BOLETIN MI IGAC Elaborar semanalmente el boletín "Mi IGAC" y publicarlo a través del correo institucional, para informar sobre temas administrativos de interés para funcionarios y contratistas.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
				<p>VISOR: Realizar el diseño quincenalmente de el VISOR, a través del cual se informa a los servidores acciones relacionadas con el quehacer del IGAC, y divulgarlo masivamente a través del correo institucional.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
				<p>PANTALLAS DIGITALES: Publicar información de forma permanente en las carteleras institucionales para dar a conocer noticias o eventos del Instituto.</p>	Servidores del IGAC y Visitantes	Equipo de Comunicaciones
				<p>BOLETINES VIRTUALES: Diseñar y divulgar notas informativas sobre las actividades ejecutadas o por ejecutar de los servidores públicos y noticias de interés para todos generadas desde la Dirección General, en cumplimiento de su misión y objetivos institucionales.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones



				<p>CAMPAÑAS INTERNAS: Conceptualizar y diseñar campañas internas con mensajes temáticos de alto impacto que permitan sensibilizar y motivar a los servidores para generar sentido de pertenencia y mejorar el clima laboral.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
				<p>CORREO INTERNO: Informar, a través del correo interno, de forma oportuna y permanente a todos los servidores las decisiones y actividades realizadas por las diferentes áreas, con el fin de posibilitar el intercambio de información.</p>	Servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones

2.11.2. ACCIONES ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA:

ESTRATEGIA 2016-2018	OBJETIVOS	RESULTADO ESPERADO	META 2016-2018	ACTIVIDAD	PÚBLICO	RESPONSABLE
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EXTERNA	Implementar acciones y canales de comunicación externos para divulgar información del IGAC y permitan la interacción con los usuarios y ciudadanía en general que contribuyan con el posicionamiento del IGAC	Visibilizar en la ciudadanía la que realiza el Instituto y contribuir al posicionamiento del Instituto como autoridad y líder en la producción y difusión de información, productos, servicios y conocimientos en cartografía, agrología, catastro, geografía y tecnologías geoespaciales.	Implementar anualmente mínimo 10 canales internos de comunicación para divulgar de manera permanente información a los servidores del IGAC	<p>COMUNICADOS DE PRENSA: Elaborar, divulgar y posicionar en los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, digitales, alternativos, locales, regionales) las actividades, eventos, temas estratégicos y coyunturales generados por el IGAC, con el ánimo de dar a conocer a la comunidad los avances, logros y gestión. Publicar con oportunidad los comunicados en el portal de noticias del IGAC.</p>	Medios de Comunicación, Usuarios, Ciudadanía en general y servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
	Divulgar de manera oportuna, a través de las herramientas de comunicación externa información veraz sobre la gestión y los resultados del IGAC en forma				<p>MONITOREO DE MEDIOS: Realizar el monitoreo de los registros noticioso del IGAC publicados en los diferentes medios de comunicación medios para conocer la percepción de los medios y de la opinión pública sobre las actividades que realiza el Instituto.</p>	Servidores del IGAC



	amplía y transparente hacia los diferentes grupos de interés.			<p>PÁGINA WEB: Divulgar a través de la página web bajo los principios de transparencia y oportunidad, la información de carácter técnico, normativo y misional generada por el Instituto e información de interés general y constituiría en una fuente de información para los usuarios y ciudadanos.</p>	Medios de Comunicación, Usuarios, Ciudadanía en general y servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones
				<p>FACEBOOK: Generar y publicar a través de la cuenta institucional contenidos temáticos claros que permitan informar permanentemente a los usuarios y comunidad virtual, las actividades y gestión realizada por el IGAC, generando espacios de participación e interacción con la ciudadanía en general.</p>	Comunidad virtual, medios de comunicación, usuarios, ciudadanía en general	Equipo de Comunicaciones
				<p>TWITTER: Diseñar y publicar a través de la cuenta institucional mensajes con contenidos temáticos claros que permitan informar permanentemente a los usuarios y comunidad virtual, las actividades y gestión realizada por el IGAC, generando espacios de participación e interacción con la ciudadanía en general.</p>	Comunidad virtual, medios de comunicación, usuarios, ciudadanía en general	Equipo de Comunicaciones
				<p>CANAL YOU TUBE: Publicar con oportunidad a través del canal institucional de You Tube, los videos realizados acerca de sus actividades, trámites y servicios, contenidos temáticos específicos relacionados con catastro, agrología, cartografía, geografía, tecnologías y en general temáticas que dan cuenta de la gestión y actividades realizadas e implementadas por el Instituto.</p>	Usuarios, Ciudadanía en general, Medios de Comunicación, y servidores del IGAC	Equipo de Comunicaciones



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578

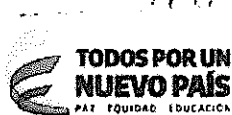
1 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

				<p>PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL: Divulgar por medio de spots, notas, videos institucionales contenidos temáticos relacionados con la gestión del IGAC, y publicarlos a través las redes sociales, herramientas de comunicación y página web.</p>	<p>Usuarios, Ciudadanía en general, Medios de Comunicación, y servidores del IGAC</p>	<p>Equipo de Comunicaciones</p>
				<p>EVENTOS INSTITUCIONALES: Apoyar los eventos organizados o en los que participa el IGAC (foros, ferias, seminarios, conversatorios, talleres, entre otros), en donde de acuerdo a la temática evento, se den a conocer las acciones adelantadas por el Instituto, y socialicen temas de interés en materia catastral, agrología, geografía, cartografía, geodesia, gestión del conocimiento, tecnologías geoespaciales, trámites, servicios.</p>	<p>Medios de Comunicación, Usuarios, Ciudadanía en general y servidores del IGAC</p>	<p>Equipo de Comunicaciones</p>
				<p>DISEÑO DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN: Diseñar piezas de comunicación a través de las cuales se emitan mensajes claros y contundentes sobre las diferentes temáticas a cargo del IGAC, que ayuden a posicionar la imagen institucional, para ser publicadas a través de las diferentes herramientas comunicativas con que cuenta el Instituto.</p>	<p>Usuarios, Ciudadanía en general, Medios de Comunicación, y servidores del IGAC</p>	<p>Equipo de Comunicaciones</p>



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN COLOZZI
Sede Central



578

11 MAY 2016

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

				<p>GEOMAIL: Divulgar mensualmente a otras entidades, actividades representativas generadas por las áreas misionales de Catastro, Agrología, Cartografía, Geografía y Tecnología Geoespacial. Enviarle por correo electrónico a la base de datos diseñada para tal fin.</p>	<p>Otras entidades del Orden Nacional, Departamental, Regional y Gremios, así como a entidades del sector.</p>	<p>Equipo de Comunicaciones</p>
--	--	--	--	---	--	---------------------------------

3. PROTOCOLO DE CRISIS PARA LA COMUNICACIÓN

Una situación de crisis es aquella que sitúa el riesgo la estructura organizacional, actividad institucional y procedimientos operativos de la Dirección General, Subdirecciones, Direcciones territoriales y demás dependencias del IGAC, situaciones que pueden amenazar los valores fundamentales y la existencia misma del Instituto.

Una crisis de reputación puede llegar a comprometer la imagen, la credibilidad o la actividad del IGAC, transformándose así en el centro de atención de los medios de comunicación y demás público objetivo del Instituto.

Para poder detener la difusión de las críticas y reaccionar de manera rápida y correcta, es necesario tener preparado un protocolo de crisis. Este manual de actuación sirve para determinar cuál es la comunicación que el IGAC considera adecuada para afrontar la crisis y quien se encargará de gestionarla.

El protocolo de información y comunicación para las crisis que puedan llegar a presentarse en el IGAC, se lleva a cabo con el fin de proteger las políticas y actividades del Instituto frente a hechos inesperados.

A través de este protocolo los servidores y contratistas del Instituto unificarán esfuerzos para regular los momentos de crisis a través de una comunicación adecuada, permitiendo así conservar una imagen corporativa honesta entre los medios de comunicación y para también evitar el riesgo interno o externo que afecte la reputación del Instituto y de los servicios y trámites catastrales, agrológicos, geográficos, cartográficos y geodésicos que se adelantan.

3.1. NIVELES DE CRISIS

- **Crisis amarilla:**
Es cuando el Instituto y su Dirección reciben un ataque político por algún sector público o privado ante los medios de comunicación, cuando es señalado de realizar un acto que va contra la ética del Instituto y la Nación, o cuando es atacado por no cumplir con sus objetivos misionales.
- **Crisis naranja:**
Esta crisis surge cuando existe algún tipo de accidente en donde algunos funcionarios puedan resultar lesionados o las instalaciones afectadas. Esto abarca todas las territoriales, unidades operativas y comisiones que se adelantan en campo.



- **Crisis roja:**

La crisis roja sucede cuando, en alguna territorial, unidad operativa o sede central existe un accidente de tipo mortal, se genere un daño importante a alguna sede del Instituto o cuando ocurra un daño ambiental generado por nosotros.

3.2. RESPONSABILIDADES

Se debe seleccionar los miembros que pertenecerán al comité de crisis, entre ellos el vocero por parte del Instituto. Según el grado de gravedad del hecho, será gestionado por el Equipo de Comunicaciones, el Director General o a quien éste designe.

Es significativo buscar el origen de la crisis y determinar lo sucedido. Es de vital importancia identificar si el IGAC se encuentra frente a una crítica de una persona aislada o si tiene que enfrentar un grupo de personas insatisfechas. Siempre se deberá neutralizar la crisis y proponer una solución.

3.3. PROTOCOLO DE CRISIS

- Para cada crisis el Comité de Crisis que se conforme en el Instituto, se reunirá para establecer el procedimiento a seguir y poder actuar de la forma más rápida.
- La convocatoria estará a la cabeza del Equipo de Comunicaciones, que estará en contacto inmediato con la dirección.
- Si el hecho ocurre fuera de Bogotá, se realizará conferencia vía telefónica con el director territorial y el comunicador responsable.
- En el Comité se establecerá quienes serán los voceros autorizados.
- Se procede a informar a los servidores del Instituto sobre lo ocurrido, comunicando los nombres de los voceros autorizados y recordando que nadie más debe hablar con los medios de comunicación ni facilitar ningún tipo de información.
- Si es necesario, se desplazará una comisión al lugar de la noticia.
- Cuando sea necesario llevar a cabo ruedas de prensa, éstas sólo se realizarán cuando la información esté completa y haya sido totalmente verificada.
- Inicialmente se debe proceder con envío de comunicados de prensa, una vez hayan sido verificados.
- Se atenderán entrevistas con los voceros, a través del Equipo de Comunicaciones.
- Se realizará el seguimiento del hecho y se mantendrá informada a la prensa, coordinado desde el Equipo de Comunicaciones de la Sede Central.

3.4. NOTAS

- Se realizará un taller de comunicación a subdirectores, jefes de oficina y directores territoriales sobre manejo de medios en situaciones cotidianas y en manejo de crisis.
- Es necesario asumir errores, apersonarse de la situación y plantear siempre la posible solución e informar cómo estamos gestionando lo ocurrido.
- Nunca se debe mentir sobre la información o entregar información imprecisa.
- Los teléfonos del Comité de crisis deben estar en una agenda coordinada desde el Equipo de comunicaciones.
- Si algún medio publica información errada o que no hemos suministrado, es necesario solicitar la corrección a través de una carta por correo electrónico.



IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI
Sede Central



578

11 MAY 2015

PLAN DE COMUNICACIONES IGAC 2016 - 2018

BIBLIOGRAFÍA

Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano MECI 2014

Casals & Associates Inc. Modelo de Comunicación Pública, Organizacional e Informativa para entidades del Estado, marzo de 2004.