

**MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO****RESOLUCION NÚMERO 0738 DE 2008****(- 1 ABR. 2008)**

“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO

En virtud de lo dispuesto en el Decreto 210 del 3 de febrero de 2003, y

CONSIDERANDO

Que el Ministerio está comprometido en la aplicación de la Norma Técnica de Gestión de la Calidad NTCGP 1000:2004 que establece los requisitos para la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad con el propósito mejorar su desempeño y su capacidad de proporcionar productos y/o servicios que respondan a las necesidades y expectativas de sus clientes.

Que mediante el Decreto 1599 de 2005, el Gobierno Nacional adoptó "el Modelo Estándar de Control Interno para el Estado Colombiano", con el propósito de poder mejorar su desempeño institucional mediante elementos que permitan el control de la gestión.

Que el Ministerio adoptó este Modelo mediante Resolución No. 2983 de 2005.

Que La información que permita una clara identificación de las políticas, estrategias, planes y programas, la gestión de operaciones y los canales a través de los cuales fluye, conforman la comunicación pública, cuyo objetivo es convocar a los servidores de la entidad en torno a una imagen corporativa que comprenda un compromiso real con la rectitud y la transparencia y contribuya al fortalecimiento del clima interno (laboral) y a una gestión ética y efectiva.

Que es responsabilidad de los servidores en todos los niveles, generar información y comunicarla, siguiendo las directrices de la Administración, a los propios servidores y a la ciudadanía, insumo fundamental para el conocimiento y la comprensión de sus procesos.

RESUELVE

ARTICULO PRIMERO: Adoptar la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, tendientes a garantizar que la información y la comunicación, internas y externas, se produzcan y divulguen en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés; contribuyan al posicionamiento de la imagen institucional; a la construcción de una visión compartida y al perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

ARTÍCULO SEGUNDO: COMPONENTES

INFORMACIÓN. Conjunto de Elementos de Control, conformado por datos que al ser ordenados y procesados adquiere significado para los grupos de interés de la Entidad Pública a los que va dirigido. Hace parte fundamental de la operación de la Entidad al convertirse en insumo para la ejecución de los procesos y a su vez en producto de los mismos. Garantiza la base de la transparencia de la actuación pública, la Rendición de Cuentas a la Comunidad y el cumplimiento de obligaciones de información.

Información Primaria. Elemento de Control, conformado por el conjunto de datos de fuentes externas provenientes de las instancias con las cuales la organización está en permanente contacto, así como de las variables que no están en relación directa con la Entidad, pero que afectan su desempeño.

Información Secundaria. Elemento de Control, conformado por el conjunto de datos que se originan y/o procesan al interior de la Entidad Pública, provenientes del ejercicio de su función. Se obtienen de los diferentes sistemas de información que soportan la gestión de la Entidad Pública.

Sistemas de Información. Elemento de Control, conformado por el conjunto de recursos humanos y tecnológicos utilizados para la generación de información, orientada a soportar de manera más eficiente la gestión de operaciones en la Entidad Pública.

COMUNICACIÓN. Conjunto de Elementos de Control, que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la Entidad Pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales, en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.

Comunicación Organizacional. Elemento de Control que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la Entidad Pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la Entidad.

Comunicación Informativa. Elemento de Control que garantiza la difusión de información de la Entidad Pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés y externos.

Medios de Comunicación: Elemento de Control constituido por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la Entidad Pública, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

ARTÍCULO TERCERO: PRINCIPIOS

Informar más que dar noticias: La información es un instrumento de trabajo que resuelve vacíos de conocimiento y permite hacerse representaciones mentales que llenan de sentido los procesos. Por eso no puede haber información sin contexto, de la misma manera como no puede existir conocimiento sin contenidos; la noticia es apenas un dato que alimenta la información.

Trascender la publicidad para llegar al posicionamiento: Más que hacer de la información, de la comunicación y de la gestión una “marca” para que sea vendida a los servidores de la



“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

entidad como consumidores, de lo que se trata es de propiciar espacios de reconocimiento que permitan la coherencia y efectividad de la comunicación, de la información y de la gestión. La premisa es “no alimentar expectativas, sino cosechar resultados”, lo cual se logra cuando el servidor público de la entidad se compromete con la gestión de la misma.

Participación, interlocución y confianza: Van desde la simple circulación de información, hasta el debate efectivo sobre los problemas para construir consensos y acuerdos comunes en la toma de decisiones.

Aceptación del otro y reconocimiento de su mensaje: Como una manera de construir un discurso que interprete la voluntad de todos y genere confianza, la cual resulta capital en la vida cotidiana y más para quienes representan el interés público, por cuanto, en este ámbito, la exigencia de transparencia, honestidad e idoneidad es inexcusable.

ARTÍCULO CUARTO: CONDICIONES GENERALES

Canales de comunicación: Para que la entidad tenga un proceso de comunicación efectivo requiere canales de comunicación modernos, oportunos, efectivos y participativos, que operen tanto a nivel nacional como territorial.

Motivación y apropiación: La información que circule por los canales de la entidad debe permitir la generación de visión compartida del servicio y compromiso con la gestión institucional, propiciando un clima laboral sano, con lo cual se facilita el desarrollo y la interacción de los servidores y se genera sentido de pertenencia.

Responsabilidad: La información debe fomentar una cultura de autocontrol y corresponsabilidad de todos los servidores de la entidad persiguiendo la mejora continua y la satisfacción de las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de interés de la misma.

Innovación: Las estrategias y la comunicación deben facilitar la creatividad y la búsqueda de nuevos elementos comunicacionales en los servidores de la Entidad, buscando aumentar el impacto de los mensajes divulgados en quienes los reciben y un cambio en los hábitos de cultura organizacional.

ARTÍCULO QUINTO: CRITERIOS DE ACCIÓN

Los responsables del Subproceso Gestión de Infraestructura Tecnológica y Gestión de Comunicaciones liderarán la implementación de la Política y el Plan de Información y Comunicación, con el apoyo de los demás procesos del Ministerio.

La estrategia de comunicación organizativa articulará sus acciones de forma tal que vincule, desde el punto de vista de la comunicación, a las entidades territoriales y a las entidades adscritas y vinculadas, que sirva a los mismos propósitos.

Los mensajes que se difundan a través de los canales determinados deben contener información pública de carácter institucional, que por sus características deba ser conocida y compartida a todos los servidores de la entidad y a sus usuarios, a nivel nacional y territorial.

Los responsables del Proceso Gestión de Comunicaciones son los encargados de la divulgación de la información identificada en las matrices de comunicación interna y externa, para cada proceso, previa solicitud de los líderes de los mismos, entendiéndose, claro está



“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

que en las acciones que se realizan para la divulgación externa se garantiza el medio, no el resultado.

Los responsables de los procesos serán los encargados de actualizar la información consignada en las matrices de información y flujos de comunicación, para que ésta se divulgue a través de los canales establecidos.

Para cada proyecto de información y comunicación institucional se identificarán y programarán, en el presupuesto de la vigencia, los recursos requeridos para adelantarlos y establecerán los protocolos para formalizarlos.

Los responsables de la implementación de esta Política participarán en la estimación y programación de los recursos requeridos para el fortalecimiento de los canales de comunicación, en cuanto les competa.

La información como recurso primordial para la competitividad y el desarrollo del país requiere de la administración eficaz y eficiente de la misma, de forma tal que permita el almacenamiento y difusión para la concertación y participación ciudadana.

Las tecnologías informáticas son herramientas ágiles y efectivas que facilitan la comunicación, consulta y participación a través de los sistemas de información

La atención oportuna y eficiente a las solicitudes, sugerencias, quejas y reclamos de los funcionarios y de los ciudadanos contribuye al posicionamiento de la imagen institucional.

ARTÍCULO SEXTO: LÍNEAS ESTRATÉGICAS

1. FORTALECER LOS CANALES DE COMUNICACIÓN O ESPACIOS DE INTERACCIÓN.

Los medios de comunicación son canales impresos, audiovisuales o digitales, que permiten enviar o recibir información para los servidores de la entidad en todos sus niveles.

Acciones Propuestas:

MINTRANET será el medio líder interno de comunicación. Esta página debe responder de manera efectiva a las necesidades de comunicación de la Entidad. La base del diseño será la información de la plataforma estratégica de la Entidad y su sistema de gestión, complementada con información de bienestar y clima laboral; tendrá un buzón de quejas y sugerencias internas, cuya respuesta se publicará en un espacio destinado para tal fin dentro de la misma página. Su revisión y actualización serán responsabilidad del Grupo de Comunicaciones, mientras que la respuesta a las quejas y sugerencias estará a cargo del Grupo Atención al Ciudadano, de acuerdo con el procedimiento adoptado en esta resolución.

PÁGINA WEB: Se actualizará permanentemente la página web: Canal formal, a través del cual fluye la información de la Entidad; su permanente actualización será responsabilidad del Grupo Atención al Ciudadano, con el apoyo de los responsables de los procesos. La Oficina de Control Interno será la responsable de identificar y gestionar las oportunidades de mejora identificadas en los planes que para el efecto se formulen.

CARTELERAS: Se regularizará el uso de las carteleras institucionales como mecanismo por excelencia de comunicación institucional que acompaña las diferentes campañas de comunicación de la Entidad, de fácil acceso a todos los servidores de la entidad. Las pautas a seguir para su utilización deben considerar aspectos tales como la coherencia en la información, la ubicación estratégica, alta recordación y fácil comprensión de los mensajes



“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

allí ubicados. La permanente actualización de esta herramienta de comunicación será responsabilidad del Grupo de Gestión Humana.

ATENCIÓN AL CIUDADANO:

La Biblioteca “Carlos Lleras Restrepo” de Mincomercio conservará, sistematizará y difundirá la información de comercio exterior, industria y turismo, impresa y electrónica, producida por la Entidad y organismos nacionales e internacionales. Mediante servicios de divulgación y comunicación se crearán canales y espacios de interacción con el ciudadano y apoyo en la toma de decisiones institucionales, empresariales y académicas; siendo responsabilidad del Grupo de Atención al Ciudadano.

La Entidad fortalecerá la interacción con el ciudadano de forma presencial, virtual, escrita y telefónica para la atención efectiva y oportuna de las consultas, inquietudes, quejas, reclamos y sugerencias a través de los recursos y herramientas dispuesto por el Ministerio; siendo de responsabilidad de todos procesos o áreas del Ministerio su correcta utilización y respuesta oportuna.

2. IMPLEMENTAR UNA POLÍTICA Y UN PLAN CONJUNTOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Acciones Propuestas:

Operarán un Comité Institucional de Información y Comunicaciones, instancia de carácter consultivo y asesor, sede de estudio, análisis y asesoría en materia de políticas de información y comunicación, internas y externas, de la Entidad, y un Consejo de Redacción o comité editorial de los diferentes medios de comunicación institucionales.

Se publicará un boletín electrónico externo, mecanismo para dar a conocer la Gestión del MCIT y de las entidades adscritas, vinculadas o asociadas.

Se promoverá la marca Ministerio, con el fin de posicionar el liderazgo institucional en el sector.

Los responsables de los procesos informarán y entregarán documentos que contienen las políticas, estrategias, planes y programas para la creación y fortalecimiento de un servicio centralizado de información, constituyéndose en un canal de comunicación entre el Ministerio en todos sus niveles y el ciudadano.

Los responsables del subproceso de infraestructura tecnológica recomendarán todo lo relacionado con la adquisición e implantación de las tecnologías, definirán los criterios y las normas para su buena utilización.

El sector contará con un Manual para el Manejo de Crisis, de forma tal que las entidades cuenten con una hoja de ruta que les permita saber cómo actuar ante una eventualidad informativa.

La base de datos de medios de comunicación se manejará en forma unificada.

El Comité de Quejas y Reclamos mediante el análisis de la información recibida en materia de quejas reclamos y sugerencias de los usuarios permitirá el seguimiento a los controles y el mejoramiento continuo de las actuaciones del Ministerio.

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

“Por la cual se adoptan la Política de Información y Comunicación, las Matrices de Información y Flujos de Comunicación y el Procedimiento Información y Comunicación a través de Mintranet, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”

3. DESARROLLAR CAPACIDADES

Contar con proveedores de información con un alto conocimiento del Sector, es contar con aliados estratégicos para la divulgación de políticas y estrategias.

4. DESARROLLAR CAMPAÑAS Y EVENTOS

Se entenderá como campaña, todo proceso de comunicación que implique el desarrollo de diferentes piezas comunicacionales y que no tenga una duración permanente en la entidad, cuyo propósito es difundir, lanzar promocionar o posicionar un mensaje de acuerdo a la necesidad de comunicación que se requiere suplir.

5. MEDIR EL CLIMA LABORAL

Teniendo en cuenta que la Política, entre otros, se orienta al fortalecimiento del clima laboral de la entidad, se realizará, de manera coordinada entre la Representante de la Alta Dirección y los responsables del Proceso Gestión de Comunicaciones y del Sistema Gestión de la Calidad – MECI, una evaluación de percepción, que permita evidenciar los avances y retrocesos en el tema.

La presentación de resultados se armonizará con las revisiones gerenciales al sistema de gestión de la Entidad y dará como resultado la toma de acciones preventivas y correctivas según corresponda, por parte de la Alta Dirección.

6. MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL MINISTERIO

Con el objeto de interactuar con los usuarios, la percepción acerca de la gestión del Ministerio y el grado de satisfacción con los servicios que se le prestan, se aplicará una encuesta coordinada por la Alta Dirección del Ministerio, con el apoyo de la Coordinadora del Grupo Gestión de la Calidad – MECI, los responsables de los procesos Gestión de Comunicaciones, Planeación Estratégica, Gestión del Desempeño y del subproceso Gestión de Infraestructura Tecnológica.

ARTÍCULO SÉPTIMO: ARTICULACIÓN CON OTROS PROCESOS INSTITUCIONALES:

La Entidad articulará ésta política a todos los procesos.

ARTICULO OCTAVO: La presente Resolución rige a partir de la fecha de su publicación.

PUBLIQUESE Y CUMPLASE

Dada en Bogotá, D.C., a los - 1 ABR. 2008

EL MINISTRO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO


LUIS GUILLERMO PLATA PÁEZ

Handwritten notes and signatures in the bottom right corner.