



Agencia del Inspector General de Tributos,
Rentas y Contribuciones Parafiscales

Manual de Comunicaciones

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN
1. OBJETIVO
2. ALCANCE
3. Desarrollo del manual 3.1 Partes interesadas/grupos de valor
4. Comunicación institucional 4.1 Comunicación Interna 4.2 Comunicación Externa
5. Manual del vocero 5.1 Voceros de la entidad 5.2 Lineamientos de la vocería
6. Imagen corporativa 6.1 Manual de imagen corporativa
7. Material de comunicaciones de la Agencia ITRC
8. Herramientas de comunicaciones 8.1 Elaboración de intervenciones públicas 8.2 Elaboración de materiales de comunicación 8.3 Elaboración de comunicados de prensa 8.4 Elaboración de presentaciones institucionales 8.5 Cubrimiento fotográfico 8.6 Elaboración de videos institucionales
9. Transmisión de comerciales de televisión
10. Solicitudes al área de comunicaciones

INTRODUCCIÓN

Para la Agencia del Inspector General de Tributos, Rentas y Contribuciones Parafiscales ITRC, la comunicación interna y externa es un proceso fundamental para el fortalecimiento de la imagen y el posicionamiento institucional como referente en la lucha contra el fraude y la corrupción en la administración fiscal, asimismo, permite la interlocución directa con la ciudadanía y los grupos de valor mediante la interacción, acceso y difusión de la información de forma oportuna, clara y transparente.

Desde este contexto, la Agencia ITRC establece los lineamientos de las comunicaciones como un proceso transversal que aporta a los objetivos estratégicos institucionales, a la toma de decisiones interna y a la mejora continua de la entidad.

Este manual de comunicaciones es una guía que permite a los servidores públicos, de la Agencia ITRC conocer e implementar los lineamientos en materia de comunicaciones internas y externas de la entidad.

Su pleno conocimiento es de gran importancia para comprender los procedimientos que se deben seguir e implementar desde las comunicaciones de la Agencia ITRC a través de la comunicación escrita, digital, audiovisual, entre otros, que se adapten a la imagen institucional de la entidad establecida en el manual de marca.

De esta manera la Agencia ITRC difunde los procedimientos de comunicación e identidad corporativa de la entidad.

1. OBJETIVO

El presente manual permite a los servidores públicos, contratistas y practicantes de la Agencia ITRC, conocer los lineamientos y directrices de las comunicaciones internas y externas de la entidad que sirva de guía para la implementación y procedimientos de la comunicación institucional y de la identidad corporativa.

2. ALCANCE

El Manual abarca la identificación y respuesta a las necesidades de comunicación interna y externa de la entidad y las de divulgación de la información institucional ajustada a los formatos y medios institucionales donde se difunde la información, buscando siempre la optimización del proceso, coordinación y atención de las comunicaciones de la Agencia ITRC.

3. DESARROLLO DEL MANUAL

3.1. Partes Interesadas/Grupos de Valor

La Agencia ITRC identifica las características de las partes interesadas de la Agencia ITRC, con el fin de conocer sus necesidades, intereses y expectativas para mejorar la atención y el relacionamiento de la entidad con sus grupos de interés.

4. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

En la Agencia ITRC la comunicación es transversal e integra la participación de todos los procesos y dependencias internas. La comunicación institucional propende por el fortalecimiento de las comunicaciones internas y externas y propicia la difusión de la información para garantizar el derecho a la información pública a la ciudadanía y grupos de interés de forma clara y transparente.

4.1. Comunicación interna

La comunicación interna está dirigida al público interno de la entidad: servidores, contratistas y practicantes. A través de ella se desarrollan las estrategias de comunicación y divulgación de las actividades, acciones y procesos internos que aporten al cumplimiento de los objetivos y al posicionamiento institucional. Asimismo, permite generar sentido de pertenencia y aporta al mejoramiento del clima organizacional.

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

A continuación, se detallan los mecanismos y/o canales de comunicación interna de la entidad

Intranet	Sitio web interno de la entidad donde se difunde y socializa la información institucional y de las distintas áreas y/o procesos.
Correo electrónico interno	Permite el envío y recepción de información de carácter institucional interna y externa.
Cartelera informativa	Ubicadas en cada una de las dependencias de la entidad, tienen como objetivo difundir información institucional e información relevante interna y externa.
Pantalla de TV interna	Ubicada en el área de recepción de la entidad. A través de la pantalla de tv se difunden cápsulas informativas y piezas gráficas de contenido institucional para el público interno y externo.
Wall o protector de pantalla de computador	Se difunde información institucional a través de piezas gráficas.
Circulares internas	Difunde información de carácter institucional a todos los servidores de la entidad.
Campañas institucionales internas	Permiten comunicar y difundir a través de diferentes estrategias, información de diferentes temas de interés general con el propósito de generar un mensaje que impacte positivamente en los servidores, crear conciencia, buenos hábitos, entre otros.
Boletines de prensa	Comunicación escrita con información noticiosa institucional de interés interno y/o externo.

4.2. Comunicación externa

La comunicación externa en la Agencia ITRC integra diferentes acciones, mecanismos y lineamientos que permiten y garantizan la difusión de la información institucional: su gestión, misionalidad, eventos, actividades, proyectos, servicios, resultados, entre otros, información que va dirigida a la ciudadanía en general, medios de comunicación y los diferentes grupos de interés.

La comunicación externa propicia el relacionamiento con los ciudadanos de forma clara, oportuna y transparente, asimismo, ayuda al posicionamiento y proyección de la imagen institucional.



A continuación, se detallan canales de comunicación externos de la entidad por donde se difunde información institucional.

Página web	www.itrc.gov.co
Redes sociales	Twitter: @AgenciaITRC
	Facebook: Agencia ITRC
	YouTube: Agencia ITRC
Canal de YouTube	Agencia ITRC

Los mecanismos utilizados en la Agencia ITRC para la difusión de información institucional se detallan a continuación:

MECANISMOS Y LINEAMIENTOS	DESCRIPCIÓN
BOLETÍN DE PRENSA	Instrumento de información dirigido a medios de comunicación y ciudadanía en general en el que se facilita la divulgación de la gestión y demás actividades relacionadas con la misión de la entidad.
CUÑAS DE RADIO Y NOTAS DE TV	Espacio de información dedicado a anuncios relacionados con las actividades misionales de la Agencia. Está dirigido principalmente a las partes interesadas de la Agencia ITRC. Las declaraciones para radio y televisión las realizará la Dirección General o su delegado. Estas serán coordinadas por el Asesor de Comunicaciones de la Agencia ITRC.
COMERCIAL DE TELEVISIÓN	Soporte audiovisual de corta duración utilizado por la Agencia para transmitir los mensajes relacionados con las actividades misionales de la entidad. Está dirigido a la audiencia o público objetivo interesado en los procesos llevados a cabo internamente y al ciudadano en general. Los contenidos para la producción y puesta en marcha del spot televisivo son responsabilidad del Asesor de Comunicaciones de la Agencia ITRC, y validados por la Dirección General de la entidad.
RUEDA DE PRENSA	Acto informativo en donde, previa convocatoria a los medios de comunicación, la Dirección General como vocero encargado, en apoyo del Asesor de Comunicaciones y demás directivos, divulga a la opinión pública en general una situación o versión de un hecho Institucional, misional o administrativo de relevancia local, nacional o Internacional.
Informes, oficios y documentos institucionales	Es la información institucional que genera cada dependencia o la entidad a disposición de la ciudadanía a través de los canales institucionales.

5. MANUAL DEL VOCERO

Un vocero es la voz oficial de la entidad ante los medios de comunicación, audiencias públicas y cualquier comunicación externa. Tiene la misión de divulgar con claridad, contundencia, responsabilidad y transparencia la información y los mensajes institucionales de la Agencia ITRC.

5.1. Voceros de la entidad

- El principal vocero de la Agencia ITRC es el/la Director(a) General.
- Son voceros autorizados el/la Asesor/a Misional, Subdirector/a de Investigaciones Disciplinarias, Subdirector/a de Auditoría y Gestión del Riesgo, Experto/a en Comunicaciones, una vez haya sido aprobada la intervención por la Dirección General.
- En caso de que se requiera otros voceros institucionales para tratar temas específicos de la gestión institucional, es la Dirección General la que realizará la previa autorización.

5.2. Lineamientos de la vocería

El área de comunicaciones se encargará de realizar el asesoramiento a los voceros con el fin de no transmitir mensajes errados e improvisados cuidando siempre la imagen institucional y la divulgación de la información.

Los voceros autorizados deben tener claridad sobre los objetivos institucionales, misión, visión y el mensaje central a transmitir de acuerdo con cada intervención.

La Agencia ITRC establece que, para cualquier intervención ante los medios de comunicación, los voceros autorizados por la entidad deben recurrir en primera instancia a la Dirección General y el/la Asesor/a de Comunicaciones para la autorización previa de dichas declaraciones.

Si el periodista se comunica directamente con algún servidor de la Entidad éste no puede suministrar ninguna información ni tampoco entregar declaraciones sin estar autorizado.

El propósito de realizar dicho filtro de información es el de evitar declaraciones inapropiadas, fuga de información confidencial, la unificación de los mensajes que transmita la entidad, el cuidado de la imagen corporativa y el cuidado de la difusión de información de forma transparente, veraz y oportuna.

6. IMAGEN CORPORATIVA

La imagen es el conjunto de representaciones gráficas que surgen en el público al recibir un mensaje de una entidad, esta se encuentra determinada por todas aquellas acciones de comunicación que permiten lograr identidad.

6.1 Manual de marca -imagen corporativa

La Agencia ITRC cuenta con un manual de marca institucional o manual de identidad visual, que se usa como guía general en la cual se encuentran depositados los usos correctos de la marca institucional y tipografía.

7. MATERIALES DE COMUNICACIONES DE LA AGENCIA ITRC

Videos Institucionales Agencia ITRC

Permite presentar en un formato audiovisual, las funciones, objetivos, misión de la Agencia ITRC en un lenguaje sencillo que pueda ser comprendido por nuestras partes interesadas y grupos de valor.

Materiales de comunicación digital

Son piezas gráficas que permiten dar a conocer información institucional de la Agencia ITRC mediante diseños ágiles y de fácil comprensión. A través de estos materiales gráficos se da a conocer información institucional interna o externa. Los materiales de comunicación gráfico pueden ser banners, cartillas, carteleras digitales, entre otros.

Pendón institucional

Es un material portátil que sirve para exhibir nuestro logo e imagen institucional e información de contacto. Se utiliza en diferentes escenarios, eventos, ruedas de prensa, entre otros.

8. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIONES

- 8.1. **Elaboración de intervenciones públicas:** El asesor de comunicaciones será el encargado de revisar todas las intervenciones públicas del Director (a) General o de quien él asigne para comunicar un mensaje institucional. Los jefes y líderes de área deben respaldar dicha función entregando cifras e información actualizada que permita enriquecer y consolidar la información.

8.2. Elaboración de materiales de comunicación

- El equipo de comunicaciones es el encargado de realizar las piezas gráficas, videos institucionales y otros materiales de comunicación.
- Para la elaboración de material gráfico como piezas gráficas, cartillas digitales, afiches, banners, etc., se deberá solicitar al área de Comunicaciones. La información incluida en los materiales gráficos debe ser de carácter institucional.
- Ningún servidor, contratista, practicante o judicante podrá solicitar una campaña de difusión para el área o trabajo particular que desarrolle, las campañas publicitarias obedecen a contenidos misionales e institucionales.
- Ningún servidor, contratista, practicante o judicante podrá elaborar afiches, banners, videos, piezas gráficas, carteleras o cualquier otro material institucional interno o externo. Siempre y para cualquiera de los casos, se deberá solicitar a Comunicaciones.
- En ninguna circunstancia se puede modificar el logo, eslogan ni las paletas de colores de la entidad. Se debe seguir los lineamientos establecidos en el manual de marca de la entidad.

8.3. Elaboración de comunicados de prensa: El comunicado o boletín de prensa es un instrumento de información dirigido a medios de comunicación y ciudadanía en general, en el que se facilita la divulgación de la gestión y demás actividades relacionadas con la misión de la entidad.

Esta es una guía de procedimiento para garantizar la recopilación de la información con el fin de difundirla de forma oportuna y efectiva través de los canales de comunicación: medios de comunicación, redes sociales, página web, etc.

- El comunicado/boletín de prensa es una declaración escrita para los medios de comunicación y la opinión pública. Los comunicados pueden anunciar diferentes noticias, incluyendo información misional, eventos, servicios, logros, canales de comunicación, u otros relacionados con la gestión institucional.
- El experto en comunicaciones de la entidad es la persona encargada de elaborar los boletines /comunicados de prensa, de acuerdo con la información y/o contenido

suministrado por la Dirección General o por el área correspondiente indicado por la Dirección.

- La Dirección General revisa, valida y aprueba el comunicado, boletín o noticia de prensa y su publicación. También, deben estar revisador por el responsable de cada área según su contenido, en caso de que se requiera.
- Los boletines/ comunicados externos deben ser publicados en la página web institucional.
- La publicación de todos los comunicados de prensa debe ser realizada únicamente por el Experto en comunicaciones por correo electrónico al web master.

8.4. Elaboración de presentaciones institucionales

Para la realización de presentaciones institucionales los servidores, contratistas y practicantes de la Agencia ITRC contarán con el apoyo del experto de comunicaciones y herramientas para facilitar la realización de las presentaciones.

- Para la elaboración de presentaciones internas que requieran realizar las diferentes áreas, se deberá usar las plantillas de comunicación ubicadas en el SIG.
Nombre de la plantilla: plantilla PPT presentaciones institucionales ITRC.
- Para las presentaciones externas que requieran hacer las diferentes áreas, las debe elaborar Comunicaciones, se deberá solicitar con mínimo 8 días hábiles de anticipación, para brindarles el apoyo correspondiente y ajustar la presentación de acuerdo con la imagen institucional, el público objetivo y el contenido a comunicar.
- Para las presentaciones externas, el experto en comunicaciones podrá usar las plantillas habilitadas en el SIG, o crear otras según el público y contenido a comunicar. También, podrá usar otro tipo de herramientas para comunicar como video, infografías, entre otros según necesidad y recursos.
- El contenido de las presentaciones externas debe contar con la aprobación de la dirección general o jefe de área según sea el caso.
- Para la elaboración de todas las presentaciones institucionales se debe tener en cuenta el Manual de Marca de la entidad que se encuentra en el SIG.

8.5. Cubrimiento fotográfico

El área de comunicaciones apoyará a las áreas en el cubrimiento fotográfico de eventos o actividades de carácter institucional.

- Las solicitudes de cubrimiento fotográfico se deberán realizar a través del correo electrónico del experto en comunicaciones con mínimo 4 días hábiles de anticipación.

8.6. Elaboración de videos institucionales

El video es una herramienta de comunicación para dar a conocer información de la entidad.

- Para la elaboración de videos/ material audiovisual, se deberá solicitar a través del correo electrónico del experto en comunicaciones con mínimo 10 días hábiles de anticipación. Los videos solicitados deben ser de carácter institucional y su elaboración dependerá de los recursos disponibles en el momento de la solicitud.

9. TRANSMISIÓN DE COMERCIALES DE TELEVISIÓN

Los comerciales de la Agencia ITRC deben cumplir con los estándares de calidad exigidos por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) y de acuerdo con su disponibilidad, y su divulgación se hará a través del código cívico y estará sujeto a la disponibilidad, aprobación y validación de la CRC y de acuerdo con los lineamientos de la Presidencia de la República en cuanto a difusión de comunicaciones institucionales para televisión.

- El experto en comunicaciones es la persona autorizada para adelantar dicho trámite ante la CRC, la solicitud debe estar aprobada por la Dirección General.
- Tener en cuenta que los comerciales que soliciten el código cívico deben promover campañas institucionales o informativas, no deben ser mensajes políticos, ni contar con apariciones de funcionarios públicos.

10. SOLICITUDES AL ÁREA DE COMUNICACIONES

- El experto en comunicaciones brindará apoyo a todas las áreas en los requerimientos de comunicaciones de acuerdo con los tiempos estipulados para cada solicitud.
- Para la solicitud de publicaciones en la web o intranet se deberá realizar por correo electrónico, tener en cuenta en cuenta el **formato solicitud de requerimiento de comunicaciones** que se encuentra en el SIG.
- Para otro tipo de solicitudes de apoyo del área de comunicaciones, se deberán realizar a través del correo electrónico del experto en comunicaciones.
- Todas las solicitudes realizadas a Comunicaciones deben estar aprobadas y validadas por el jefe inmediato de área o quien este designe y según sea el caso.