

# AUDITORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

## COMITÉ DE COMUNICACIONES

### POLÍTICA DE COMUNICACIONES

#### 1. Presentación

La Auditoría General de la República –AGR–, en desarrollo de su misión y como resultado del diseño de estrategias y acciones apoyadas en diferentes formas y mecanismos comunicacionales instituidos, se proyecta como una entidad técnica que propende por el fortalecimiento y modernización del sistema de control fiscal colombiano y de los organismos encargados de ejercerlo.

Ello implica que la Entidad –en desarrollo de sus objetivos institucionales– promueva la interrelación con sus *usuarios* –internos y externos– y grupos de interés, a través de la difusión permanente de mensajes e información útil y de interés.

En tal sentido, la comunicación se constituye en un activo de la Entidad y, por su naturaleza, en el agente socializador de la dinámica institucional. Esto le impone transversalidad tanto con la estructura organizacional como con los componentes estratégicos que determinan el quehacer de la AGR, y la compromete como gestora de procesos que promuevan la imagen corporativa, el sentido de pertenencia y la divulgación e información masiva del acontecer de la Entidad y del control fiscal colombiano en general.

#### 2. Objetivo

Este documento define el conjunto de lineamientos, criterios, estrategias e instrumentos que guían el desarrollo de las comunicaciones en la Auditoría General de la República enmarcadas en los principios de transparencia, calidad, oportunidad y efectividad, y en cumplimiento de los postulados constitucionales y legales correspondientes.

#### 3. Lineamientos y objetivos específicos

Los siguientes lineamientos tienen como propósito orientar la política de comunicación de la Auditoría General de la República, para posicionarla entre sus usuarios y la ciudadanía en general como una entidad técnica que vigila y coadyuva a la transformación, depuración y modernización de los órganos de control fiscal colombiano.

Se entiende por usuarios internos todos los servidores públicos y contratistas vinculados a la AGR tanto en el nivel central como en el desconcentrado.

Son usuarios externos todas las contralorías del país, los órganos de control y vigilancia, las entidades públicas del orden nacional y territorial, los órganos de representación (Congreso de la República, Asambleas, Concejos Municipales), los entes territoriales, las entidades privadas, los organismos internacionales, la academia, los gremios, las asociaciones de profesionales, las veedurías ciudadanas, los medios de comunicación, la ciudadanía en general.

Se consideran como grupos de interés todos aquellos colectivos formalizados corporativamente [Confederación de consumidores], o determinados por el uso [estudiantes de derecho, comunidades afrocolombianas].

Son objetivos de la comunicación institucional en relación con usuarios y grupos de interés, los siguientes:

- *Fomentar una comunicación abierta, veraz, transparente, oportuna y técnica con los diferentes usuarios y grupos de interés.*
- *Consolidar a la Auditoría General de la República, como una fuente seria y autorizada de información y consulta en materia de control fiscal.*
- *Ser fuente idónea de consulta para informar a los medios de comunicación de iniciativas y acciones concretas en relación con el control fiscal y la AGR.*
- *Garantizar a todos los actores institucionales, sociales y de las comunicaciones el acceso fácil a la información de carácter público.*
- *Mantener una comunicación fluida con los medios de comunicación, entidades gubernamentales, gremios, organizaciones sociales y comunidad en general.*
- *Mantener informado al público objetivo sobre los resultados de las actuaciones de la AGR y del control fiscal con claridad, rigor técnico y oportunidad.*
- *Promover la permanente comunicación entre todos los niveles de la organización, en forma abierta, veraz y oportuna.*
- *Proporcionar a todos los servidores de la entidad la información necesaria para el logro de los objetivos institucionales y facilitar la interacción entre las diferentes áreas, los colaboradores y la comunidad.*
- *Fomentar la cohesión y unidad de pensamiento de la organización alrededor de su misión, visión y sus valores.*
- *Promover internamente medios formales de comunicación y fortalecer los canales digitales como sistemas oportunos y ágiles para acceder a la información.*
- *Propender por el desarrollo de habilidades en comunicación efectiva en el Nivel Directivo.*
- *Fomentar entre los funcionarios el fortalecimiento de la buena imagen y credibilidad de la AGR.*
- *Mantener Informados a los diferentes servidores e instancias de la AGR sobre temas generados por la opinión pública y los medios de comunicación de trascendencia nacional o regional y que encajen en la órbita de acción de la entidad.*

- *Dinamizar los sitios Web de la AGR, con información actualizada, material audiovisual, documentos e informes de interés para usuarios y grupos de interés.*
- *Alimentar la red de información a través de las redes sociales.*
- *Promover alianzas estratégicas para publicaciones especiales.*
- *Afianzar la visibilidad de la AGR mediante el fortalecimiento de las relaciones y el trabajo coordinado con órganos de control, entidades públicas y privadas especializadas y la academia.*
- *Promover y apoyar la realización de eventos académicos, foros, audiencias públicas como estrategia para visibilizar la entidad, difundir los resultados del control fiscal colombiano e informar a la ciudadanía.*

#### 4. Ejes comunicacionales en la AGR

*Las comunicaciones de la AGR girarán sobre dos ejes fundamentales que abarcan el universo de público de interés de la Entidad.*

- **Comunicaciones internas:** Estimulan y organizan la comunicación como herramienta que facilita la coordinación entre los funcionarios, mejora el clima social y laboral de la Entidad. Su desarrollo se basa en la teoría de la comunicación horizontal como eje para fomentar el trabajo en equipo y sintonizar las diferentes áreas como unidades básicas de organización del trabajo. Las comunicaciones internas están dirigidas a funcionarios y contratistas de la AGR, como clientes primarios del desarrollo comunicacional de la Entidad.
- **Comunicaciones externas:** Expresan las estrategias de comunicación con el público externo, con el objetivo de crear sentido de identidad de los principios, objetivos y actividades corporativas. Las comunicaciones externas están dirigidas a los sujetos de control [contralorías], como clientes básicos de este tipo de comunicaciones, y a todos aquellos públicos que, de alguna manera, están en relación con la actividad de la AGR [ciudadanía, medios de comunicación, gobierno, sectores público y privado, gremios, ONG y veedurías, universidades y centros académicos, entre otros].

#### 5. Estrategias y programas

Las estrategias y programas de comunicación de la AGR, se materializan en seis (6) frentes, así:

**5.1 Manejo y relaciones con los medios de comunicación:** La Auditoría General de la República fomentará relaciones profesionales y respetuosas con los medios de comunicación, suministrando siempre información verídica y de interés público, atendiendo sus visitas, llamados y convocatorias, respetando la libertad de prensa, el sigilo profesional y los derechos a la información y a la opinión, siempre en un marco de armonía, diálogo y respeto mutuo.

El Grupo de Comunicaciones y los voceros de la entidad, serán las fuentes oficiales para el relacionamiento mediático, de mantener correspondencia con los periodistas, formular invitaciones a

actos oficiales, suministrar datos, informes y documentos sobre hechos noticiosos y de interés general.

**5.2 Formas Presenciales [eventos, foros y espacios de deliberación pública]:** Categoría en la que se estandariza la forma de llevar a cabo los diferentes actos públicos que realiza la AGR con la finalidad de unificar los elementos de imagen institucional, protocolo, organización, difusión, información y promoción de la participación ciudadana en el control fiscal.

La AGR estimula el desarrollo de actividades de diversa índole que están dirigidas a la ciudadanía en general o a públicos específicos como seminarios, talleres, paneles, conversatorios, audiencias, conferencias, ruedas de prensa, comités, etc., cuyas realizaciones deben estar enmarcadas dentro de las políticas y los criterios de identidad propios de la Institución.

**5.3 Publicaciones e impresos:** La connotación académica o informativa y la permanencia en el tiempo, hacen de las publicaciones y del material editorial e impreso los medios por excelencia. Ellos sirven como elementos de identificación del pensamiento, las actuaciones, los resultados y los procesos institucionales, son la base de validación del acontecer corporativo y la fuente noticiosa y de consulta para los públicos de interés.

Carteleras, revistas, boletines y libros, constituyen elementos importantes en el posicionamiento y visibilidad de la AGR. Por ello, los formatos y contenidos deben ir en consonancia con los principios institucionales y la aplicación de la imagen corporativa, y estar soportados por elementos comunicacionales, tecnológicos y publicitarios que favorezcan la proyección institucional.

**5.4 Programas multimediales:** Procesos en los que se utilizan distintos medios audiovisuales y/o electrónicos para el desarrollo de documentos y productos informativos. Es la fusión de por lo menos dos de los soportes de la comunicación (*texto, voz, sonido, imagen, fotografía, animación gráfico, vídeo*), a la que se suma la interactividad del usuario. Los productos multimediales hacen que las presentaciones sean novedosas e impactantes, lo que le agrega dimensión a la imagen corporativa y, por lo general, logra una favorable opinión entre los públicos.

**5.5 Imagen Corporativa:** La AGR tiene definida una identidad visual que permite su caracterización dentro de las entidades del Estado. Los elementos que la componen [Logo, eslogan, tipografía, colores], tienen connotaciones simbólicas que tipifican el actuar, los objetivos y la razón de ser de la Entidad para comunicarla a sus clientes de una manera ágil y atractiva. La adecuada aplicación de tales elementos de identidad corporativa, es indispensable para la consolidación de la entidad ante la ciudadanía y otros organismos y estamentos, por tanto deben utilizarse siguiendo los procedimientos internos que regulan su uso y composición.

**5.6 Contenidos en red:** Los medios electrónicos configuran un escenario de divulgación útil, ágil e inmediata y proporcionan espacios para una oferta amplia de contenidos e información para diversos públicos. Con base en esta premisa, la utilización de medios virtuales por parte de las

distintas instancias de la AGR, debe estar garantizada por la calidad, oportunidad y utilidad pública de sus mensajes y permitir la retroalimentación con los usuarios.

Este mecanismo ofrece de manera amplia a todo tipo de usuarios información acerca de las diferentes acciones que desarrolla la AGR. Está determinada a partir de los dos ejes comunicacionales, así:

- **Sitios web:** Las comunicaciones institucionales de carácter noticioso o informativo, que en pro de los principios de transparencia, publicidad y acceso a la información deban divulgarse, se dirigirán a usuarios y grupos de interés, principalmente, mediante publicación en los sitios web corporativos que apliquen según su caracterización de públicos.

Son sitios web oficiales de la AGR, los siguientes:

- **Intranet:** Sistema de intercambio de información interna, para consulta de funcionarios y contratistas de la AGR. Incluye herramientas de software como el *Outlook*.
- **Página web:** Sitio destinado a la información corporativa de carácter general, con descripción de actividades, estructura, composición y normatividad. Igualmente actualiza la información relevante para la opinión pública, los resultados del control fiscal, los hechos de carácter noticioso, los documentos, publicaciones, estudios especializados y actividades que genera el quehacer institucional.

Como medio virtual de la AGR, dirigido a personas y organizaciones caracterizadas como usuarios de la AGR, debe cumplir con las políticas de gobierno digital establecidos para el Estado colombiano, y garantizar la publicidad de toda la información de carácter público de la Entidad de forma oportuna, veraz y con calidad. Igualmente, a través de este medio se cumplirá con los estándares evaluados en los índices de transparencia. Además, debe cumplir con funciones pedagógicas, formativas y de difusión que orienten e informen a los usuarios y grupos de interés en torno a las características, principios y funciones de la entidad y del sistema de control fiscal colombiano.

- **Observatorio de Política Pública de Control Fiscal:** Instrumento web que captura, procesa y analiza científicamente la información generada por la Auditoría General de la República y otras fuentes, con el objetivo de proponer políticas públicas de control fiscal y lucha contra la corrupción.
- **Redes sociales, blogs, foros y chat:** Medios interactivos para fomentar la deliberación pública sobre temas de interés del control fiscal, construir propuestas y promover el control social a la gestión pública. Constituyen una forma novedosa y ágil de interactuar y comunicarse con la ciudadanía para informar y promover la vinculación de nuevos actores interesados en la vigilancia de los recursos públicos.

- **Academia virtual:** Herramienta web al servicio de los funcionarios de organismos de control fiscal y de ciudadanos vinculados al control social, orientada al fomento y capacitación sobre control fiscal, gestión pública y control social a los recursos públicos.

**5.7. Manejo de situaciones de crisis:** La comunicación es una herramienta facilitadora de la gestión institucional que en momentos de crisis le permitirá a la entidad interactuar meticulosamente con todas sus audiencias de interés con el propósito de divulgar, regular, hacer seguimiento y contribuir a controlar y mitigar el impacto de la situación que la genera.

En tal sentido, el Comité de Gestión y Desempeño traza los lineamientos fundamentales que permitan proceder adecuadamente y plantear estrategias para gestionar y resolver favorablemente una situación de crisis que ponga en riesgo la imagen de la institución y/o sus dignatarios.

El *Manual para manejo de situaciones de crisis*, será el documento oficial contentivo de las políticas, estrategias y protocolos que se establezcan sobre el tema. Su desarrollo y aplicación será responsabilidad del Gabinete para Manejo de Crisis, apoyado por el Grupo de Comunicaciones en sus componentes de centralización de la información, argumentación pública, manejo y difusión mediática, acompañamiento a los voceros, monitoreo e impacto noticioso y demás aspectos comunicacionales que se requieran para resolver o mitigar las situaciones de crisis.

## 6. Criterios y responsabilidades de las dependencias

El desarrollo de las comunicaciones en la AGR, cualquiera sea la modalidad, medio, canal y forma, tiene como propósito informar sobre las decisiones, resultados y estudios relativos al control fiscal y el de hacer visible y promover la imagen y el buen nombre de la Institución. Esta labor se realiza mediante el diseño de estrategias, la creación de mensajes y de dispositivos de comunicación coherentes con la normatividad que rige la entidad, la misión y el Plan Estratégico institucional.

La presencia y proyección institucional se promueve a través del buen uso de la identidad corporativa, la conducción de relaciones públicas, la formulación de medios y procesos de comunicación que favorezcan su posicionamiento.

Para ello, todos los servidores de la AGR y en particular el Grupo de Comunicaciones como instancia coordinadora, promotora y ejecutora de la comunicación, la identidad y la imagen corporativa de la AGR, tendrá en cuenta los siguientes criterios y orientaciones:

**6.1 Regulación de las comunicaciones:** El Grupo de Comunicaciones, adscrito al Despacho del Auditor General de la República, y bajo la coordinación del director de la Oficina de Estudios Especiales y Apoyo Técnico, llevará al Comité Institucional de Gestión y Desempeño, las propuestas de la *Política de Comunicaciones* y de los procedimientos para regular, hacer seguimiento y evaluar los procesos comunicacionales en la AGR, conforme a la Resolución Orgánica No. 006 de 2020. Las directrices emanadas de este órgano serán coordinadas por el Grupo de Comunicaciones y aplicadas por los demás funcionarios de la AGR.

**6.2 Plan Anual de Comunicaciones, Prensa, Imagen y Relaciones Públicas:** Las actividades comunicacionales de la AGR se definen y programan en el Plan Anual de Comunicaciones, Prensa, Imagen y Relaciones Públicas, el cual tiene como propósito entregar a la Alta Dirección de la entidad las herramientas y estrategias más aconsejables para dar a conocer los lineamientos trazados, las acciones a desarrollar, y los resultados en cumplimiento de las funciones del Grupo de Comunicaciones. El diseño del plan está bajo la responsabilidad del Grupo de Comunicaciones y será presentado en enero de cada año.

**6.3 Responsabilidades en el manejo y difusión de la información:** Toda información que se presente en la institución y que amerite ser difundida por los diferentes medios oficiales, deberá ser revisada por el Grupo de Comunicaciones de la AGR para garantizar la calidad de los productos.

Además, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- En el caso de tratarse de información para difusión mediática, sus contenidos serán aprobados por el Auditor General o quien este designe.
- En lo concerniente a la difusión informativa de carácter interno, debe estar avalada por el directivo de la dependencia de origen.
- En cuanto a la publicación de informes y documentos técnicos, su contenido es de responsabilidad de la dependencia y del directivo correspondiente. El Grupo de Comunicaciones apoyará en lo pertinente para garantizar la imagen corporativa para su publicación en la web o en medio impreso, según sea el caso. El Grupo de Tecnología y Sistemas de Información apoyará en lo pertinente para garantizar los servicios de conectividad y red, necesarios para la publicación de la información en los medios virtuales.

**6.4 Rigurosidad de la información:** Para difundir o publicar información producida por la AGR, se debe asegurar que ésta siempre sea suministrada por la dependencia responsable para garantizar su consistencia, veracidad y rigor técnico. Los pronunciamientos deben estar soportados en cifras y estadísticas, cuando a ello hubiere lugar, debidamente revisadas y confirmadas.

**6.5 Vocería:** El vocero oficial es el Auditor General de la República o quien él expresamente designe.

**Vocería Regional:** En los casos coyunturales o puntuales, los gerentes seccionales, previa autorización del Auditor General de la República, podrán pronunciarse sobre resultados concretos de carácter público y que correspondan claramente al ámbito de su competencia, principalmente a través de comunicados de prensa y, en los casos que lo amerite, atendiendo a los medios de comunicación.

**Presencia Regional:** Dada la presencia de la AGR en diferentes zonas del país a través de sus gerencias seccionales, la representación institucional de la entidad podrá hacerse a través de los gerentes seccionales, previa orientación del Auditor General y con el apoyo del Grupo de Comunicaciones.

Los gerentes atenderán invitaciones de las entidades del orden local y regional en las que harán presencia institucional. Igualmente, en caso de ser oportuno, darán a conocer la institución e informarán sobre resultados puntuales de su competencia.

Al cierre del proceso auditor, se podrán informar los resultados a través de un comunicado de prensa que será trabajado con el Grupo de Comunicaciones y aprobado por el Auditor General o el Auditor Delegado, para su envío a los medios locales.

**6.6 Fortalecimiento de los medios de comunicación:** La AGR promueve y reconoce la importancia y función de los medios y canales de información y comunicación y los determina como promotores de la proyección y visibilidad del quehacer institucional. Por tanto, las directivas deben generar un adecuado flujo de información para la instauración, el fortalecimiento y la circulación de medios y programas de divulgación de la actividad corporativa, y para la atención y retroalimentación de la prensa [*mass media*].

**6.7 Monitoreo de medios:** Actividad de seguimiento constante de hechos noticiosos alusivos o relacionados con la Entidad y con el control fiscal colombiano en general, publicados en los diferentes medios nacionales y regionales como estrategia de información oportuna y dinámica que permita valorar e iniciar actuaciones según corresponda.

**6.8 Conservación y custodia de los productos comunicacionales de la AGR:** La información y los documentos que se difundan en la AGR por los diferentes medios o canales de comunicación, serán objeto de archivo y custodia en medio electrónico y/o físico según el caso, para garantizar la memoria institucional de conformidad con las políticas de gestión documental y de tecnologías de la información y las comunicaciones instituidas en la entidad y en cumplimiento de la normatividad al respecto. Copia o ejemplares de todo lo producido en la AGR deberá reposar en el Archivo Central de la AGR atendiendo los procedimientos estipulados para tal efecto en el Proceso de gestión Documental.

**6.9 Conservación de la memoria institucional de los medios electrónicos de información de la AGR:** Serán objeto de archivo y custodia en medio electrónico toda la información recibida y manejada por estos medios para garantizar la memoria institucional de conformidad con las políticas de gestión documental y de tecnologías de la información y las comunicaciones instituidas en la entidad y en cumplimiento de la normatividad vigente al respecto.

**6.10 Permanencia de las publicaciones y de la información:** Todo documento que se publique en los portales electrónicos [Internet], debe permanecer en el sitio durante todo su ciclo vital y de utilidad pública, conforme a las normas y regulaciones que en la materia dicten el Archivo General de la Nación y el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y a la valoración documental que de ellos haga la entidad según sus Tablas de Retención Documental – TRD–, y hasta su disposición final a largo plazo.

Los documentos que se publiquen en el ‘inicio’ o ‘home’ de la página, permanecerán allí durante un ‘periodo de utilidad relativa’, que se establece a partir de la relevancia coyuntural de la



información que contiene, pero deberán seguir publicados en las secciones de origen correspondiente por el tiempo de permanencia mínima donde podrán ser consultados por el público en general. Posteriormente se garantizará su conservación según lo indicado.

#### **6.11 Administración y actualización de los medios virtuales de la AGR:**

La Oficina de Planeación y en particular el Grupo de Tecnología y Sistemas de Información, garantizará el funcionamiento, acceso, operación y sostenibilidad tecnológica del sitio web y de la intranet.

La generación, publicación, actualización, calidad, oportunidad y veracidad técnica, e igualmente la eliminación de la información, tanto del sitio web como de la intranet, estará a cargo de cada dependencia a través de los funcionarios que sean designados como web locales, quienes deberán contar con la autorización de cada jefe respectivo para el desarrollo de estas acciones.

El Grupo de Comunicaciones, a través del funcionario designado como web master será el encargado de coordinar los contenidos frente a la corrección de estilo y unificación de la imagen corporativa, así como contribuir en el monitoreo de la actualización de los contenidos de la página web, verificando con cada uno de los web locales el cumplimiento de dicha labor. Lo anterior, mediante reuniones realizadas como mínimo una vez al mes, o cuando estas sean requeridas, previa citación por parte del web master.

La Oficina Jurídica será la encargada de realizar la verificación y actualización de todas las disposiciones legales que tengan relación con el ámbito de competencia de la AGR, en coordinación con las diferentes dependencias de la Entidad.

Las redes sociales, blogs, foros y chat estarán bajo la coordinación del Grupo de Comunicaciones, de acuerdo con las directrices del Despacho del Auditor General de la República y con la asesoría y apoyo directo de las dependencias de la AGR responsables del manejo de las temáticas de discusión.

#### **7. Medios y canales de comunicación:**

La AGR reconoce la importancia y función de los diferentes medios y canales de comunicación existentes e impulsa las nuevas formas de comunicación para llegar de manera oportuna y novedosa con información de interés a la población objetivo y para atraer con estrategias innovadoras a nuevos actores o segmentos de la población interesados en la gestión pública y en la adecuada inversión de los recursos públicos como es el caso de los estudiantes universitarios y los jóvenes profesionales.

Los medios de comunicación utilizados en la AGR son:

Tipo	Medio	Público	Instrumento/producto
<b>Virtual o electrónico</b>	Intranet	Interno	Intranet
	Extranet	Externo	Sitio Web; Academia virtual
	Redes Sociales	Externo	Twitter, Facebook, Instagram, YouTube
	Boletín electrónico	Mixto	Boletín periódico de carácter noticioso
<b>Multimediales</b>	Televisión	Externo	Noticieros; entrevistas y participación oficial de la AGR; teleconferencias; programas institucionales
	Radio	Externo	Noticieros; entrevistas y participación oficial de la AGR
	Documentos Multimedia	Mixto	Presentaciones de soporte
	Video	Mixto	Video institucional; comerciales; <i>spots</i> publicitarios; videoconferencias
	Otros	Mixto	Fotografía; <i>banner</i> ; afiches; pendones
<b>Impresos</b>	Prensa escrita	Externo	Periódicos; revistas; boletines de prensa
	Publicaciones unitarias	Mixto	Informes de gestión; libros
	Directos	Interno	Carteleras, circulares, plegables
<b>Presenciales</b>	Eventos académicos		Foros, seminarios, talleres
	Eventos institucionales		Ruedas de prensa; celebraciones y actos especiales
	Audiencias públicas		Rendición de cuentas; Informes especiales

## 8. Compromiso con el Sistema de Gestión de Calidad

El Grupo de Comunicaciones en su papel de instancia coordinadora y difusora de las comunicaciones internas y externas de la Entidad tendrá en cuenta las siguientes directrices para dar cumplimiento al SGC:

- **Información:** Divulgar masiva y oportunamente los hechos que son noticia en la AGR, en términos de independencia, ecuanimidad y transparencia a través de los diferentes medios de comunicación internos y externos y facilitar el acceso a la información de carácter pública.
- **Oportunidad:** Servir de forma diligente, orientando en los requerimientos y solicitudes de tipo comunicativo para ofrecer soluciones satisfactorias.




- **Control de la calidad:** Apoyar en la consecución de los estándares de calidad para informar, comunicar o publicar producto de la AGR.
- **Sentido de pertenencia:** Desarrollar estrategias de interacción que contribuyan al mejoramiento de las relaciones de entre todos los miembros de la AGR impulsando con ello la identidad corporativa y el clima organizacional en acción conjunta con la Dirección de Talento Humano.
- **Procedimiento:** El efectivo desarrollo de actividades y procesos comunicacionales y de imagen en la AGR, se debe garantizar a partir de lo estipulado en el procedimiento OI.140.P05 [Divulgación, promoción y comunicación institucional].
- **Seguimiento:** El Grupo de Comunicaciones de la AGR realizará seguimiento trimestral a partir de la entrada en vigencia de la presente Política de Comunicaciones, y efectuará la correspondiente medición de satisfacción de medios internos que dispone el Sistema de Gestión de Calidad –SGC–. Los resultados serán socializados en el Comité de Gestión y Desempeño que se asigne para la vigencia.

## 9. Compromiso con Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

La Auditoría General de la República se responsabiliza con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) marcados por la ONU en su Agenda 2030. Mediante procesos de reflexión, promoción y divulgación sobre el desempeño misional, ambiental y social de la entidad, y enmarcados en los principios de universalidad, integración e igualdad se establecerán planes de acción que determinen las estrategias de responsabilidad social, económica y ambiental de la entidad con el desarrollo sustentable de la humanidad y del planeta.

## 10. Marco normativo

La presente Política de Comunicaciones se sujetará en especial a lo dispuesto por ley 1712 de 2014, “Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional”, a la ley 1581 de 2012 “Mediante la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos Personales”, a las Políticas internas de Privacidad y Protección de Datos Personales, a la Política de Seguridad de la Información y al Código de Ética y de Buen Gobierno de la AGR.

	Nombre y Apellido	Firma	Fecha
Proyectado por:	Liliana Ortíz Ospino		24/06/2020
Revisado por:	Vlasov David Vega Rocha		24/06/2020
Aprobado por:	Vlasov David Vega Rocha		24/06/2020

*Los arriba firmantes declaramos que hemos revisado el documento y lo encontramos ajustado a las normas y disposiciones legales vigentes y por lo tanto, bajo nuestra responsabilidad lo presentamos para la firma.*