



Estrategia de participación ciudadana

— 2017 —



IDEAM

Instituto de Hidrología,
Meteorología y
Estudios Ambientales

**INSTITUTO DE HIDROLOGÍA,
METEOROLOGÍA Y ESTUDIOS AMBIENTALES
IDEAM**

**ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
COMUNICACIÓN 360°**

Recopilación y Estructuración:
Luisa Fernanda Bernal Lugo
Bibiana Lissette Sandoval Báez

Desarrollo temático:
Luisa Fernanda Bernal Lugo
Bibiana Lissette Sandoval Báez

Aprobado por:

Ivonne Vargas Padilla
Coordinadora Grupo de Comunicaciones

Bibiana Lissette Sandoval Báez
Coordinadora Grupo de Atención al Ciudadano

Juan Carlos Arturo Lobo Torres
Jefe Oficina Asesora de Planeación

Abril de 2017



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	4
OBJETIVO	7
ALCANCE	7
TÉRMINOS Y DEFINICIONES	8
DIAGNOSTICO	9
PLAN DE ACCIÓN	11
COMUNICACIÓN INTERNA	11
ESQUEMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	12
MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	14
PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	14
NORMATIVIDAD	14



INTRODUCCIÓN

El IDEAM hace presencia en las redes sociales desde el año 2012, dando así un paso agigantado en la comunicación directa con sus usuarios, estos canales han venido teniendo un crecimiento significativo, por lo cual a hoy deben atenderse en promedio a 2000 nuevos usuarios en Twitter, Facebook y Youtube, respondiendo a sus requerimientos en tiempos no mayores a seis horas. Para el Instituto es una prioridad comunicar su identidad en las redes sociales, conectar con el público, y crear comunidad alrededor de los usuarios para que se interesen en la misionalidad del IDEAM y así gestionen y divulguen la información que se genera a diario, reiterando la credibilidad y el reconocimiento del trabajo que realiza el IDEAM en todos los aspectos ambientales.

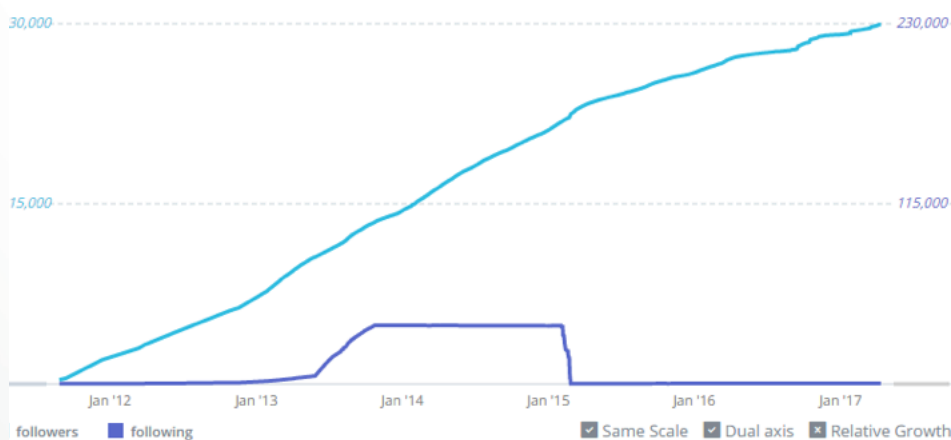
Las RRSS de IDEAM se crearon con el ánimo de responder a la Estrategia Gobierno en línea 2012 – 2015, que busca garantizar el acceso de forma oportuna a más y mejor información bajo un esquema de comunicación de doble vía, en tiempo real que permitiera espacios de rendición de cuentas permanente y de participación ciudadana activa; Lo cual permite una mejor participación de los ciudadanos en el proceso de toma de decisiones y un mejor ejercicio del control social.

Dentro de esta dinámica se crearon tres cuentas oficiales en RRSS:

- Twitter: @IDEAMColombia
- Facebook: www.fb.com/IdeamInstituto
- Youtube: InstitutoIDEAM

Muestra del crecimiento son las siguientes gráficas:

Twitter: @IDEAMColombia



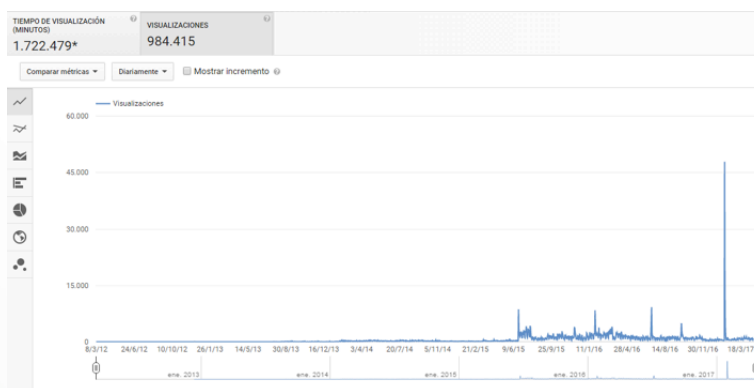
Esta cuenta fue creada a principios de 2011 y su crecimiento ha sido sostenido. Inicialmente se procuró conseguir seguidores haciendo follow back, lo que aumentó significativamente las personas que eran seguidas en la cuenta. Consideran que esto resultaba poco efectivo, desde 2015 se depuro la lista de cuentas seguidas para conservar solo influenciadores e informadores clave, y se ha realizado una labor de información y educación, por medio de piezas gráficas y videos. También se ha procurado la integración de la información dentro de las dinámicas del gobierno nacional y del sector ambiental.

Facebook: www.fb.com/IdeamInstituto



Esta cuenta fue creada a principios de 2011 y su crecimiento fue pobre hasta 2015. A partir de marzo 13 se le dio un mayor protagonismo como medio de información y como canal de enlace entre el instituto y los usuarios. Piezas, campañas y mensajes fueron diseñados específicamente con el fin de potenciar el crecimiento del canal y aumentar el tamaño de la comunidad, así como su interacción. Entre Marzo 13 de 2015 y Abril 26 de 2017 se consiguieron más de 42400 nuevos “Me Gusta”.

Youtube: InstitutoIDEAM

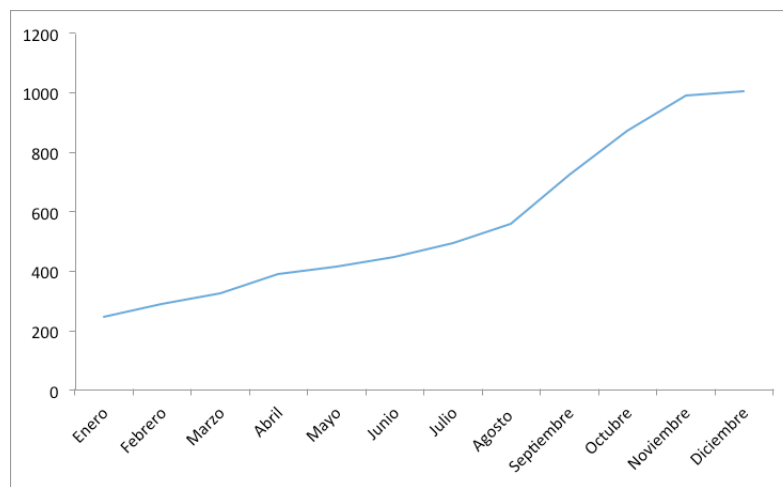


Esta cuenta fue creada a mitad de 2012, se ideó como una forma práctica y eficiente de compartir los videos del pronóstico diario del instituto, sin embargo, las reproducciones se mantuvieron relativamente bajas hasta 2015. A partir de Marzo de 2015 se buscaron alianzas con diferentes medios, entidades e influenciadores para impulsar las

visualizaciones diarias y las suscripciones al canal. Entre Marzo 13 de 2015 y Abril 26 de 2017 se consiguieron más de 977.000 nuevas visualizaciones.

Instagram: IDEAM Colombia

Desde finales de 2015 y con el ánimo de abrir nuevos canales para interactuar con los usuarios, se creó la cuenta de Instagram del Instituto. La publicación e interacción en esta cuenta se manejó como un proyecto piloto a lo largo del año, y tras su éxito se consolidó como uno de los canales sociales oficiales, con un total de 1315 seguidores al 26 de Abril de 2016.



Si bien es cierto que el IDEAM genera el conocimiento científico para enfrentar los problemas ambientales y sectoriales del país este se debe difundir y hacer conocer por toda la sociedad colombiana en un lenguaje claro, con contenidos frescos y apropiados para la diversidad de públicos que caracterizan a nuestro país.

Por ello el Grupo de Comunicaciones aúna esfuerzos con en el Grupo de Atención al ciudadano y la Oficina Asesora de Planeación, para realizar una ESTRATEGIA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, que muestre la importancia de una comunicación bidireccional entre el IDEAM y la ciudadanía. Mejorando así, el uso de los canales dispuestos para aumentar la participación ciudadana en los diferentes procesos, formulación, desarrollo y seguimiento de las políticas, planes y programas del IDEAM.

Con estos planes, políticas y estrategias permitirán enfrentar problemas ambientales tales como contaminación, escasez de agua y cambio climático en Colombia para que la sociedad civil, sin distinción de credo, nivel de formación o estilo de vida pueda apropiarse de nuevos conocimientos para generar cambios en la sociedad en pro del bienestar colectivo.

Desde la perspectiva de los nuevos acontecimientos ambientales de nuestro país plantean retos que obligan a la institución a adaptar sus contenidos a los momentos que vive la sociedad y a construir conocimiento que atienda las necesidades puntuales del colombiano. El IDEAM está al frente de un tema vital como es el cambio climático, el estado

del recurso hídrico y de los recursos naturales entre otras, es una responsabilidad histórica que debe ser abordada con todos los recursos humanos y financieros con los que dispone, para que perdure en el tiempo y para las próximas generaciones.

Las áreas misionales del instituto con esta estrategia podrán apoyarse para generar diferentes mecanismos de participación ciudadana de los grupos de interés, donde se fortalezcan los escenarios de interlocución con los ciudadanos en busca de una retroalimentación constante. Así mismo se busca que la información brindada a los usuarios y los escenarios de interlocución entre el IDEAM y el ciudadano, sean claros, visibles, accesibles y de fácil comprensión para el público en general.



OBJETIVO

Informar a los grupos objetivo del IDEAM los diferentes escenarios de participación ciudadana, las actividades, planes, políticas, proyectos, programas etc., y socializar los temas inherentes al Instituto como Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales donde su eje principal se enfocará en promover la participación ciudadana e integración activa dentro de los procesos realizados por la Entidad.



ALCANCE

Este Plan estratégico debe ser aplicado por todas las dependencias de la entidad, servidores públicos líderes de procesos y en general por todos los servidores que hacen parte del IDEAM. De igual manera esta direccionado a la ciudadanía en general, para que a través de la estrategia propuesta en este documento se realice la divulgación, coordinación y articulación de políticas, planes y programas que son competencia del IDEAM, promoviendo la participación de manera activa en el proceso de toma de decisiones, lo que se traducirá en una gestión efectiva del Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales IDEAM.



TÉRMINOS Y DEFINICIONES

Participación ciudadana: La participación ciudadana es una pieza fundamental del sistema democrático que promueve la construcción de una sociedad activa que ayudará a impulsar cualquier aspecto de la vida social, económica, cultural o política. Esta sociedad, mediante su implicación en los asuntos públicos, enriquece la acción del Gobierno y la dota de eficacia, pero, al mismo tiempo, este derecho ciudadano ayuda a generar un equipo de gobierno más exigente y de más calidad.

Ciudadano: Un ciudadano es toda persona considerada como miembro activo de un Estado titular de derechos civiles y políticos y sometidos a sus leyes. Es un concepto sociopolítico y legal de significado variable usado desde tiempos antiguos y a lo largo de la historia, aunque no siempre de la misma manera.

Información: La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.

Información pública: Es la información que toda persona tiene derecho a manifestar por medio de la libertad de expresión y difusión de pensamiento oral o escrito, por cualquier medio de comunicación, sin previa autorización, sin censura o impedimento, siguiendo los reglamentos de la ley. También es la información que todo el mundo tiene derecho a solicitar y a recibir de parte de cualquier entidad pública, así sea que tenga un costo o un plazo para ser entregada. Un ejemplo de esto son los informes del estado que deben estar a disposición de cualquiera que lo exija.

Canal de comunicación: Espacio o escenario a través del cual se emite un mensaje y se da la posibilidad de interactuar, estableciendo un contacto directo entre el emisor del mensaje y los receptores del mismo en tiempo real.

Lenguaje claro: El lenguaje llano, también denominado lenguaje claro, lenguaje sencillo o lenguaje ciudadano, es un estilo de escribir simple y eficiente que permite a los lectores entender fácilmente lo escrito.

Dialogo: Es un intercambio de información entre dos o más personas. Puede ser oral o escrito. También es un tipo de obra literaria, en prosa o en verso, en la que se representa una conversación entre dos o más personajes.

Emisor: Es la persona encargada de codificar, generar y transmitir un mensaje de interés a través de diferentes medios y canales.

Receptor: Es la persona destinataria de un mensaje determinado.

Parte interesada: Persona o grupo que tenga un interés en el desempeño o éxito de una organización.

Medio de comunicación: Son los instrumentos utilizados en la sociedad, con el objetivo de informar y comunicar un mensaje de manera masiva a través de uno o más canales definidos.

Página web: Es conocida como un documento de tipo electrónico, el cual contiene información digital, la cual puede venir dada por datos visuales y/o sonoros, o una mezcla de ambos, a través de textos, imágenes, gráficos, audio o vídeos y otros tantos materiales dinámicos o estáticos.

Sitio web: Es un conjunto de archivos electrónicos y páginas web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, bajo un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

Audiencia pública: Es un espacio de participación ciudadana, propiciado por las Entidades u Organismos de la Administración Pública, donde personas naturales o jurídicas y las organizaciones sociales se reúnen en un acto público para intercambiar información, explicaciones, evaluaciones y propuestas sobre aspectos relacionados con la formulación, ejecución y evaluación de políticas y programas a cargo de cada entidad, así como sobre el manejo de los recursos para cumplir con dichos programas. En este sentido, la Audiencia Pública cifra su utilidad en el espacio que abren las Entidades para informar, explicar, justificar, consultar su gestión ante la sociedad civil, permitiendo el seguimiento y evaluación de sus compromisos, planes y programas por parte de esta última.

Audiencia pública de rendición de cuentas: Proceso a través se abren espacios de encuentro y reflexión al final del proceso sobre los resultados de la gestión de un periodo, en el cual se resumen aspectos cruciales. 1

Rendición de cuentas: Es la obligación de un actor informar y explicar sus acciones a otros que tiene el derecho de exigirla, debido a la presencia de una relación de poder, y la posibilidad de imponer algún tipo de sanción por un comportamiento inadecuado o de premiar un comportamiento destacado.

1 Cartilla de administración pública, Audiencias públicas en la ruta de la rendición de cuentas a la ciudadanía de la administración pública Nacional / 2 Documento Compes 3654 / 3 Norma ISO 9000:2002



DIAGNÓSTICO

La comunicación es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, y su función es tener una retroalimentación constante con sentido común entre los sujetos participantes.

En los últimos años, y en especial en las dos últimas décadas, la reducción de los tiempos de transmisión de la información a distancia y de acceso a la misma ha supuesto uno de los retos esenciales de nuestra sociedad.

Por ello la comunicación en el IDEAM es esencial, pues se convierte en la herramienta fundamental para difundir información especializada de vital importancia para la vida diaria de los colombianos, como:

- Reducir los riesgos, desastres y víctimas en Colombia
- Mejorar la Seguridad Nacional
- Fortalecer el desarrollo económico de Colombia
- Garantizar la confiabilidad de la información ambiental
- Aportar bases técnicas fundamentales para diseño y ajuste de políticas nacionales
- Aportar insumos técnicos para la zonificación ambiental del territorio
- Aportes para la adaptación a los efectos de cambio climático
- Permitir la toma de decisiones en materia de política y de ordenamiento ambiental del territorio, relacionado con el manejo, uso y aprovechamiento de los recursos naturales y biofísicos del país.

Los procesos comunicativos empleados en el IDEAM han sido eficaces y eficientes pues la información y el lenguaje comprensible siempre se ven reflejados en los diferentes escenarios como foros virtuales, YouTube, Facebook, Twitter, publicaciones, talleres, IDEAM en las regiones, Orfeo, PQR'S entre otros.

El ranking de las publicaciones en el último semestre del año 2016 es de 4.639 noticias publicadas en los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre, lo que evidencia la gestión del IDEAM en diferentes medios de comunicación, como:

- Prensa en internet y/o escrita (El Tiempo, El Espectador, El Colombiano, El Universal, Vanguardia Liberal, El Heraldo, La Patria entre otros)
- Radio (Caracol, RCN, Radio Calidad, BLU Radio, La Cariñosa, Melodía, Radio Capital, Colmundo entre otras)
- Televisión (Caracol, RCN, Teleantioquia, City TV, Cable Noticias entre otros)

Los temas de mayor consulta en los diferentes canales de comunicación son:

- Alerta por lluvias
- Alerta por deslizamientos
- Fenómeno de la Niña
- Huracán Matthew
- Deforestación

La comunicación presencial o atención al usuario ha sido eficaz ya que, por medio de la encuesta presencial y virtual, se realizó la medición del NSU (Nivel de Satisfacción de Usuario) del segundo semestre de 2016, indicando que el 88,1% de los ciudadanos manifestaron estar muy satisfechos con el servicio ofrecido por la entidad, que el 86% de los ciudadanos consideran que los trámites y servicios de la entidad tienen en cuenta su realidad.

Todos los procesos de comunicación para que sean certeros tiene como finalidad detectar su población objetivo o Focus Group la cual se ha identificado plenamente en los estudios realizados por el Grupo de Atención al Ciudadano, los cuales muestran, que en primer lugar se encuentra la Academia la cual por sus procesos de formación e investigación requieren nuestra información de manera permanente; en un segundo lugar se ubican las empresas ya sean públicas o privadas, y los gremios ya que para este sector la información emitida por el Instituto es base fundamental para su planificación sectorial.

Con este análisis realizado, se muestra que el IDEAM ha manejado buenas practicas comunicativas las cuales dejan evidenciado la participación ciudadana, sin embargo, se hace necesario involucrar a los ciudadanos del común, los cuales no conocen plenamente las diferentes directrices del Instituto, para que ellos se involucren activamente en los diferentes procesos participativos.

Para ello se hizo necesario plantear una Estrategia de Comunicación para la Participación Ciudadana estableciendo una estrategia 360°, en donde plantearemos un “Estado de Diálogo Constante”, a través de medios convencionales y medios alternativos, partiendo de una comunicación masiva a una Directa con el usuario. De esta forma, la comunicación 360° busca proyectar objetivos para posicionar, crear, convocar, sensibilizar e informar desde la comunicación, y con esto, difundir, interactuar y generar intercambio de mensajes con los públicos objetivo.



PLAN DE ACCIÓN

- Dar información sobre las diferentes actividades realizadas en el IDEAM en puntos Ancla (Parques, Plazas, Cades y Rapiçades, Cinemas, Alcaldías Locales, Colegios y Universidades, Centros Sociales / Culturales / Públicos y Oficinas.
- Realizar actividades donde se involucren las Juntas de Acción comunal
- Tener grupos de semilleros en colegios y Universidades
- Realizar actividades con población de la tercera edad
- Realizar concursos por la página web donde se hará un reconocimiento al ganador y Entrega de un diploma
- Realizar charlas informativas a los funcionarios en las diferentes entidades el Estado sobre nuestra labor en el IDEAM



COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna es vital para el desarrollo de cualquier institución y más en la actualidad en que vivimos, donde los cambios que se suceden transforman el panorama laboral en segundos, auspiciados por el auge de las nuevas tecnologías de la información.

De esta manera se puede decir que el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales IDEAM, está formado por personas que trabajan para alcanzar diferentes objetivos. En este sentido, la comunicación interna es fundamental para el funcionamiento y la consecución de esos objetivos y metas.

La comunicación interna no sirve solo para informar a los empleados de las novedades del instituto, de sus logros o de las decisiones tomadas. Hay que concebirlo de manera más amplia, es decir, que esos empleados puedan también comunicarse, dar a conocer sus opiniones, los problemas que tienen o aquello con lo que están contentos. De esta forma, la alta dirección podrá saber lo que ocurre realmente en el IDEAM y ello se consigue atendiendo a las personas que en ella trabajan. Resumiendo, que exista una comunicación bidireccional y no solo descendente.

Asimismo, un trabajador contento e informado lo mostrará como tal fuera del Instituto, lo que aportará una mejor imagen de la Entidad. Este tipo de comunicación permite también transmitir los valores de la empresa, de tal forma que el equipo humano que la forma se sienta parte de ella y participe en la cultura organizacional.

Los funcionarios se sentirán escuchados, estarán motivados y contentos de pertenecer a la institución en la que trabajan generando un buen clima laboral, eliminar problemas y conflictos, mejorar la colaboración entre los diferentes funcionarios, aumentar la creatividad y la iniciativa. Por otro lado, generará un sentimiento de pertenencia, permitirá responder rápidamente a cambios tanto internos como externos y aumentará la productividad.

Los canales de comunicación internos utilizados en el instituto son:

- **Intranet:** Es la red privada del instituto la cual distribuye información y publicaciones de interés general, realiza comunicaciones corporativas, Informa sobre gestión corporativa
- **Revista Interna Digital:** su eje principal es emitir información a los funcionarios ya sea por medio de Entrevistas, actualidad, reportajes, alianzas o acuerdos, premios, clasificados, sugerencias etc.
- **Cartelera Digital:** ofrece un servicio integral de comunicación estratégica, dinámica y segmentada a través de una red de pantallas interconectadas que le permitirán emitir información de impacto para nuestro público de interés.
- **Correo Institucional:** también se podría llamar correo corporativo es una dirección de correo electrónico que contiene el nombre comercial del instituto. Se le llama corporativo porque así se diferencia de los correos electrónicos personales, este canal de comunicación contiene información específica del instituto.

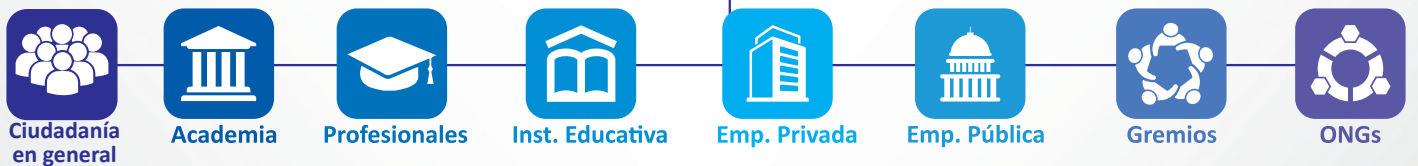


ESQUEMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Este esquema está enmarcado en una comunicación bidireccional la cual permitirá una retroalimentación de la información dada a través de los diferentes canales que estarán dispuestos en esta estrategia.

Se establece una estrategia 360° en donde se plantea un “estado de diálogo constante”, a través de medios convencionales y medios alternativos, partiendo de una comunicación masiva a una Directa con el usuario.

De esta forma, la comunicación 360° busca proyectar objetivos para posicionar, crear, convocar, sensibilizar e informar desde la comunicación, planes, programas y políticas para difundir, interactuar y generar intercambio de mensajes con los públicos escogidos.





MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

El IDEAM pone a disposición de la ciudadanía diferentes medios de difusión los cuales brindan al ciudadano diferentes alternativas de participación donde podrán realizar seguimiento de planes, programas, políticas, entre otros.

Anexo No 1. Tabla de mecanismos de participación ciudadana



PLAN DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Este esquema de participación ciudadana involucra a todas las áreas misionales del IDEAM para que en sus actividades, programas, planes y políticas involucren a la ciudadanía para maximizar su labor.

Además, estas actividades puntuales con la ciudadanía deberán estar inmersas en el plan operativo para la vigencia 2017.

Anexo No 2. Plan de Participación Ciudadana, elaborado conjuntamente con las diferentes áreas del IDEAM.



NORMATIVIDAD

La ruta legal de la participación son varias las normas, empezando por la Constitución Política, las que nos facultan a los ciudadanos para que hagamos uso de los derechos y deberes y ejerzamos la participación en los diversos niveles del Estado.

LEYES

- Ley 57 de 1985 Por la cual se ordena la publicidad de los actos y documentos oficiales
- Ley 489 de 1998 Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones

- Ley 472 de 1998 Por la cual se desarrolla el artículo 88 de la Constitución Política de Colombia en relación con el ejercicio de las acciones populares y de grupo y se dictan otras disposiciones
- Ley 134 de 1994 Por la cual se dictan normas sobre Mecanismos de Participación Ciudadana
- Ley 720 de 2001 Por medio de la cual se reconoce, promueve y regula la acción voluntaria de los ciudadanos colombianos
- Ley 1437 Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo
- Ley 734 de 2002 Por la cual se expide el Código Disciplinario Único
- Ley 190 de 1995, Artículo 55 Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el fin de erradicar la corrupción administrativa
- Ley 1712 de 2014 Se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones
- Ley 1474 Estatuto Anticorrupción, “por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública

DECRETOS

- Decreto 019 de 2012 Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública
- Decreto 2482 del 3 de Diciembre de 2012 Por el cual se establecen los lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión
- Decreto 2623 de 2009 Por el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano
- Decreto 2641 de 2012 Por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la ley 1474 de 2011
- Decreto 2693 de 2012 Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones

CONPES

- Conpes 3649 de 2010 Política Nacional de Servicio al Ciudadano
- Conpes 3650 de 2010 Importancia Estratégica de la Estrategia de Gobierno en Línea
- Conpes 3654 de 2010 Política de rendición de cuentas de la rama ejecutiva a los ciudadanos
- Conpes 3785 de 2013 Política Nacional de Eficiencia Administrativa Al Servicio Del Ciudadano y concepto favorable a la Nación para contratar un empréstito externo con la Banca Multilateral hasta por la suma de usd 20 millones destinado a financiar el proyecto de Eficiencia al Servicio del Ciudadano

NORMATIVIDAD INTERNA

- Decreto 0823 del 29 de Abril de 2016“ por el cual se modifican las funciones de los Grupos Internos de Trabajo de la Secretaria General del Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales-IDEAM”

En su Artículo 3, Numeral 10 diseñar, desarrollar mantener sistemas y mecanismos de información para los ciudadanos, los funcionarios, gremios y demás personas o entidades públicas o privadas que tengan relación directa o indirecta con el IDEAM.

Artículo 6. Formular, orientar y coordinar planes y programas políticas para la atención del ciudadano, seguimiento de peticiones, quejas y reclamos. Proponer y mantener actualizados los protocolos de atención al ciudadano, realizar programas pedagógicos e informativos y actividades que permitan fortalecer la confianza de la ciudadanía en el instituto.

Resolución 0802 del 24 de abril de 2017

“Por medio de la cual se reglamenta el plazo para la publicación de los proyectos de regulación expedidos por el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales-IDEAM de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Decreto 270 de 14 de febrero de 2017 que adicionó el artículo 5 2.1.2.1.23 del Decreto 1081 de 2015”

Esta resolución dicta sobre los proyectos específicos de regulación los serán publicados en Ley de Transparencia-Formulación Participativa-Proyecto de Regulación, de la página web de la Entidad durante los plazos establecidos en el artículo 3° de la presente Resolución.

Una vez publicados los Proyectos Específicos de Regulación, el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales-IDEAM promoverá el ejercicio de la participación ciudadana donde se realizarán las diferentes actividades y los resultados, comentarios, sugerencias, opiniones y/o propuestas alternativas que se reciban de los ciudadanos serán valorados por el área técnica impulsora del proyecto.

CONOCE LOS NIVELES DE

PARTICIPACIÓN

CIUDADANA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

¿CÓMO REALIZAR LA CONSULTA?

¿QUÉ ES LA CONSULTA?

Es un instrumento que pueden utilizar las entidades para conocer las opiniones ciudadanas con el fin de priorizar problemáticas o temas para rendición de cuentas, mejorar trámites y disposiciones legales, seleccionar o evaluar programas, obras o proyectos de inversión, en cualquier momento del ciclo de la gestión pública (diseño, implementación, evaluación).



- 1 Formule el objetivo de la consulta: ¿para qué se invita a la ciudadanía? (priorizar, aportar comentarios, identificar necesidades o problemas, etc).
- 2 Defina el tema de la consulta: ¿es un nuevo trámite sobre ...?, ¿es un nuevo decreto sobre ...?, etc.
- 3 Defina a qué públicos dirigirse y establezca sus características: estudiantes, amas de casa, representantes de gremios, asociación de profesionales, etc.
- 4 Seleccione las herramientas para la consulta: grupo de discusión, encuesta telefónica, virtual o presencial, etc.
- 5 Seleccione los canales para la consulta: en las ferias de servicio al ciudadano, puntos de atención, oficinas misionales, página web, etc.

6 Informe previamente, en lenguaje claro sobre el tema de consulta (resumen, diapositiva, video, audio, infografía, etc).

7 Establezca el procedimiento para atender responder y hacer seguimiento a la consulta (pasos, plazos, aclaraciones, resultado final, etc).

8 Divulgue ampliamente y por diversos canales la consulta.

9 Realice invitación directa a público seleccionado.

10 Informe resultados de la consulta a los participantes y al público en general.





IDEAM

Instituto de Hidrología,
Meteorología y
Estudios Ambientales