	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR

Introducción

Dentro de la misión de la Corporación Autónoma Regional del Cesar, que contempla el “liderazgo dentro del marco del desarrollo sostenible de la gestión ambiental en su jurisdicción”, los medios de comunicación cumplen un papel fundamental en el sostenimiento de los ecosistemas en el Departamento del Cesar. El desarrollo sostenible, como eje fundamental para el sostenimiento del medio ambiente y para que las futuras generaciones puedan adquirir la conciencia de conservación, es esencial para el mantenimiento de los recursos naturales.


Al respecto, la Política Nacional de Educación Ambiental, dictamina las directrices para la consecución de la concientización de las problemáticas medioambientales en la región.

“Los procesos complejos de concientización y sensibilización ciudadana sobre el medio ambiente tendrán que ser apoyados por una política de comunicaciones no contaminada de intenciones exclusivamente publicitarias. Es básico asumir que la comunicación institucional se nutra de sentidos educativos y pedagógicos. La estrategia de comunicaciones busca apoyar y a su vez desencadenar procesos de participación ciudadana en los asuntos ambientales. La intención educativa es contribuir a la formación de una cultura ambiental que se traduzca en una relación nueva de los hombres y las mujeres con el medio ambiente y de aquellos entre sí.”¹

La preservación del medio ambiente es esencial para la conservación de las especies en el departamento del Cesar y buscar soluciones a los crecientes problemas que se están suscitando en toda la geografía nacional. La naturaleza de la política de comunicaciones es buscar la concientización de la comunidad a través de campañas que busquen una intención comunicativa para aminorar el impacto ambiental producido por el daño del hombre y a su vez fortalecer la imagen corporativa de CORPOCESAR, teniendo como premisa fundamental la protección de los recursos naturales del Departamento del Cesar.

Se busca también que a través de los medios de comunicación, que utilice la Corporación para tal fin, sean difundidas las acciones que determine CORPOCESAR para que los ciudadanos

¹ Política Nacional de Educación Ambiental. Tomado de:
http://www.humboldt.org.co/iavh/documentos/politica/politicas_ambientales/2002%20Politica%20Nacional%20de%20Educacion%20Ambiental.pdf

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

del Departamento del Cesar tomen conciencia y puedan disfrutar de un ambiente sano y su posterior conservación para las futuras generaciones. Las acciones comunicativas conllevan a la masificación y la creación de los valores ambientales para que se transformen en una interacción directa entre el hombre y el ecosistema.

Como consecuencia de lo anterior, la Corporación Autónoma Regional del Cesar debe propender para que se fortalezca la relación ciudadano-medio ambiente en dificultades que son inherentes a la educación a través de las campañas comunicativas. Las problemáticas que afectan al medio ambiente son concomitantes a la prevención y la cultura ciudadana. De igual forma, a través de la política de comunicación de la Corporación, se busca la preservación de las especies en vía de extinción y los animales que son susceptibles de protección por parte de la autoridad ambiental.

1. Objetivo General


- Fortalecer las acciones comunicativas en la Corporación Autónoma Regional del Cesar para el cumplimiento de las misiones institucionales, teniendo como premisa fundamental la consolidación de la imagen corporativa de la institución para promover políticas de conservación y preservación del medio ambiente al público interno y externo.

2. Objetivos Específicos

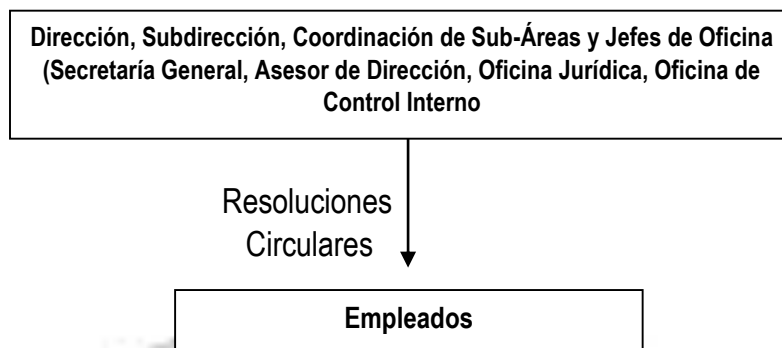
- Facilitar el flujo de mensajes entre el Director de la Corporación y los empleados para tener una mejor fluidez comunicativa.
- Propender por el uso de acciones comunicativas para la promoción de las decisiones y políticas medioambientales que determine la Corporación Autónoma Regional del Cesar.
- Mejorar el ambiente organizacional de la entidad, teniendo en cuenta la unificación de información dentro de los funcionarios
- Proveer al público y externo de la Institución, a través de las acciones comunicativas, herramientas útiles para la preservación y conservación del medio ambiente.

3. Comunicación Interna

La comunicación interna se refiere a la interacción constante y fluida entre los empleados de una empresa o institución. Esta clase de comunicación se divide en varias clases:

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

Comunicación descendente:



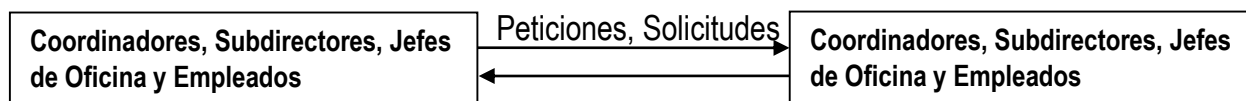
La comunicación descendente consiste en la divulgación de la información de la alta gerencia a los demás empleados de la entidad (empleados de planta, contratistas, empleados por bolsa de empleo)

Comunicación ascendente:




La comunicación ascendente consiste en la solicitud de información de los empleados de la Corporación (empleados, contratistas, bolsa de empleo) a la alta gerencia (Dirección, Asesor de Dirección, Subdirectores, Coordinadores de Sub-Áreas)

Comunicación Horizontal



La comunicación horizontal consiste en la transmisión de información entre los empleados que no pertenecen a la alta gerencia; sin embargo manejan información relevante para la entidad.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

Posicionamiento de la Imagen Corporativa


Para lograr una óptima comunicación, se requiere que los procesos sean perfeccionados a través del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Para ello, se definirán medidas a través de la creación del manual de imagen corporativa de la Corporación Autónoma Regional del Cesar para que el público interno tenga una unificación de la identidad en la institución.

El posicionamiento de la imagen corporativa de la institución incentivará a los empleados para tener sentido de pertenencia a la Corporación y así prestar un servicio de calidad al público externo; finalidad principal de la Corporación Autónoma Regional del Cesar como entidad de carácter estatal. La imagen corporativa, solo se fortalecerá, a través de las acciones comunicativas que pueda emanar el Director General, los Subdirectores, los Jefes de Oficina (Secretaría General, Oficina de Control Interno, Oficina Jurídica, Asesoría de Dirección) y Coordinadores hacia los empleados, teniendo como precepto fundamental la consecución de los objetivos misionales de la Institución.

El fortalecimiento de la imagen corporativa también conlleva a la adopción de estrategias comunicativas que permitan la fluidez en la comunicación para que los procesos dentro de la Corporación Autónoma Regional del Cesar sean optimizados para lograr la consecución de los objetivos contemplados en el Plan de Mejoramiento Institucional (2012-2015). Estos conllevan a que los empleados de la institución trabajen con dinamismo y convicción permitiendo que a través de las acciones comunicativas internas, se posicione la imagen corporativa de la entidad.

En este sentido, es preciso establecer que la comunicación corporativa se puede dividir en tres fases, que se permiten identificar dentro del fortalecimiento de la imagen institucional.

- **Etapa individual:** Es la puesta en práctica de las formas de comunicación interpersonal entre los funcionarios de CORPOCESAR, buscando la correcta forma de emisión de mensajes para el funcionamiento de la organización.
- **Etapa organizacional:** Es la búsqueda para unificar los componentes comunicativos con la finalidad de promover el clima organizacional en la institución.
- **Etapa grupal:** Tiene la finalidad de promover el trabajo mancomunado para lograr los objetivos de la institución.

	<p align="center">POLÍTICAS DE COMUNICACIONES</p> <p align="center">CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL</p> <p align="center">DEL CESAR “CORPOCESAR”</p>	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

Formas de Comunicación Interna

- **Consejos Directivos**
- **Reuniones Generales**
- **Circulares Mensuales**
- **Carteleras Institucionales y Virtuales**
- **Correo Electrónico Interno (Intranet)**
- **Página web**
- **Redes Sociales**

Definición del Público Interno

El público interno, dentro de cualquier entidad, es indispensable para la consecución de los objetivos organizacionales. En este sentido, los empleados constituyen una parte esencial de la institución ya que la comunicación individual tiene un efecto masivo que afecta, de manera positiva o negativa, a todos los miembros de cualquier entidad.


El público interno, de la Corporación Autónoma Regional del Cesar se divide en personal individual (empleados de planta y contratistas) y los grupales u organizacionales (Subdirecciones, Oficinas, Coordinaciones, Seccionales).

La consolidación de la comunicación ascendente, descendente y horizontal permite el mejoramiento del clima organizacional de la institución. La finalidad fundamental, dentro de las formas de comunicación, es lograr el adecuado fortalecimiento de los objetivos misionales, poniéndolos en un propósito en común, permitiendo conocer los principales retos de la organización, y su posterior solución en el futuro para la íntegra consolidación de la entidad, identificando el rol que desempeña cada una de las dependencias, teniendo en cuenta sus funciones.

Como consecuencia de lo anterior, es importante la articulación de cada una de las oficinas ya que permite tener en cuenta la participación colectiva y la interacción entre los empleados de la institución. Además es relevante, para la consolidación de la comunicación participativa de los empleados, permitiendo la pro actividad y las capacidades propositivas de los empleados cuando haya que tomarse alguna decisión trascendental para la organización.

Comunicación Externa

La comunicación externa tiene como propósito la interacción entre la Corporación Autónoma Regional del Cesar con los diferentes miembros de las comunidades y tiene como objetivo

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11


esencial tratar de establecer un vínculo estrecho entre el público externo y la entidad. De igual forma, a través de los diferentes canales de comunicación, se pueden ofrecer los diferentes servicios con que cuenta nuestra Corporación para que los usuarios puedan obtener una respuesta ágil a sus necesidades.

La comunicación externa se puede entender desde dos aspectos esenciales: la prestación del servicio a través de los diferentes canales cuando éstos sean requeridos (derechos de petición, acciones de tutela, solicitud de licencias ambientales, tramitación del proceso sancionatorio ambiental) y los mensajes institucionales que tienen como propósito la conservación y la preservación del medio ambiente.

En el primer aspecto, se entiende que es esencial que todas las decisiones que emite la Corporación no solamente deben afectar a los interesados en el surtimiento de las actuaciones de la entidad, sino que también los ciudadanos conozcan a fondo las determinaciones que haya surtido la Corporación Autónoma Regional del Cesar. Es decir, llevar un mensaje, por medio del cual, la ciudadanía comprenda los alcances de las determinaciones que adopta la institución.

En el segundo aspecto, es esencial llevar el mensaje institucional, que se contempla en la misión corporativa de la entidad. Es concientizar a la ciudadanía de los problemas del medio ambiente que afectan a gran parte de la población en el Departamento del Cesar y generar campañas educativas para que las futuras generaciones puedan disfrutar de un medio ambiente sano.

De igual forma se intenta que los mensajes institucionales fortalezcan la imagen corporativa de la institución ya que la finalidad última es el uso y preservación de los recursos naturales, pueda establecerse como una entidad pública que propende por la conservación y uso de los ecosistemas en el Departamento del Cesar.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

Canales de Comunicación Externa

- Boletín de Prensa
- Artículos Especiales
- Cuñas de Radio y Notas de Televisión
- Rueda de Prensa
- Avisos de Prensa
- Asesorías en Comunicación
- Página web
- Redes Sociales (Facebook, Twitter y Youtube)

Definición del público externo


Dado que la Corporación Autónoma Regional del Cesar, es una entidad pública, tiene en cuenta a todos los sectores de la comunidad cesareense. Las comunidades indígenas, campesinos, ecologistas, afro descendientes, gremios productivos, pescadores, miembros del sector agropecuario y los medios de comunicación.

A través de la definición del público externo, se busca que la información que genera la Corporación Autónoma Regional del Cesar sea clara y precisa. Además de esto, se busca que la interacción entre la comunidad, los distintos sectores que de ella hacen parte y la Corporación sea fluida para el requerimiento del acompañamiento en los procesos de la entidad. Además, esta intervención de la comunidad permitirá la gestión institucional como base para el fortalecimiento de las campañas ambientales y ecológicas que adelante CORPOCESAR.

Aplicabilidad: Eje Transversal Información y Comunicación CORPOCESAR

Políticas de Comunicaciones


Teniendo en cuenta los elementos que se deben implementar en el componente de Información y comunicación interna y externa del Modelo Estándar de Control Interno específicamente en CORPOCESAR, es necesario crear las políticas y matriz de

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

comunicaciones las cuales facilitarán el sistema de información de la entidad hacia sus públicos, es importante resaltar que las mismas se hacen desde la alta dirección hasta los usuarios externos.

POLITICAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS

- Las políticas de comunicaciones deben ser divulgadas a los diferentes públicos que tenga Corpocesar.
- El Director de la Corporación será la persona apropiada para hacer que se cumplan las políticas comunicación existentes en dicha empresa, teniendo en cuenta que las mismas ayudan a fortalecer las comunicaciones internas y externas.
- El Director y Jefes de cada dependencia deben garantizar que se emita una información eficiente, transparente, y clara a los públicos externos, a través de los diferentes medios de comunicación que tiene la misma, facilitando el acceso a la información.
- Es compromiso de la entidad crear canales de comunicación e información que sean de fácil acceso para los habitantes, en donde se muestre el avance de los diferentes programas o actividades que realiza la empresa.
- La oficina de prensa de Corpocesar debe emitir información de la empresa de manera clara, confiable y transparente, con el fin de que la comunidad esté enterada de todos los hechos o avances que realiza la entidad.
- Toda decisión que sea de carácter general debe estar publicada en los diferentes medios de comunicación, para el conocimiento de los públicos de la entidad con el fin de garantizar la divulgación a todas las áreas de la organización.
- Las comunicaciones o informaciones deben ser transmitidas con un lenguaje sencillo y respetuoso para la comunidad.

	POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

- Corpocesar contará con medios de comunicación e información como; página web, carteleras de información, los cuales serán actualizados de manera permanente y que deberán llegar a todos los destinatarios.

MATRIZ DE COMUNICACIÓN

Se refiere a una herramienta de gestión, que es diseñada para conocer con claridad la manera como se cómo se comunica un individuo, con el fin de generar un esquema que sirva para determinar objetivos de comunicación que favorezcan los servicios de una entidad u organización.

En el momento que se realice una matriz de comunicación los públicos o stakeholders podrán recibir información práctica, confiable y sobre todo pertinente en relación con las necesidades de los diferentes involucrados que toman sus decisiones y forman sus opiniones con base en las comunicaciones que reciben.

La matriz de gestión de comunicaciones es creada, distribuida y mantenida de acuerdo a las decisiones hechas durante el proceso de planeación de la comunicación.


Una matriz de comunicaciones debe tener los siguientes aspectos:

- Qué información será comunicada
- Cómo la información será comunicada
- Cuándo será distribuida la información
- Quién lleva a cabo la comunicación
- Quién recibe la información

Estos aspectos ayudan a interpretar la manera como se comunica y la manera como llega el mensaje al destinatario final. De igual manera existen otros componentes que ayudan a que la comunicación se transmita de manera eficiente, como lo es;

¿Qué comunicamos?, ¿Quién comunica?, ¿Cómo se comunica?, ¿Cuándo se comunica?, ¿A quién se comunica?

Guías de Comunicaciones

	<p align="center">POLÍTICAS DE COMUNICACIONES CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR “CORPOCESAR”</p>	VERSIÓN: 01
		FECHA: 04/02/2015
		PÁGINA 1 DE 11

Se refiere a los formatos y medios de información con los que cuenta una organización, para facilitar la trasmisión de mensaje a los diferentes públicos que hagan parte de la misma, ya sean estos internos o externos.

Proceso de Comunicación Organizacional

Son los procesos de emisión y recepción de mensajes en una organización, teniendo en cuenta el lugar desde donde se esté emitiendo esa información en este caso se debe precisar si la información viene desde la alta dirección hacia los funcionarios, hay que precisar de donde se trasmite dichos contenidos comunicacionales.

La presente es la Política de Comunicación de CORPOCESAR.

