	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES CORPOCESAR



	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

TABLA DE CONTENIDO

1. Objetivos
2. Alcance
3. Responsabilidad
4. Modelo de ejecución
5. Definiciones
6. Comunicación Interna
7. Comunicación Externa
8. Canales de comunicación
9. Comunicación Digital
10. Página web
11. Comunicación de Crisis
12. Monitoreo de Medios
13. Análisis de Redes
14. Responsabilidad Social Empresarial

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020


OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Fortalecer las acciones comunicativas internas y externas de la Corporación Autónoma Regional del Cesar- Corpocesar, para el cumplimiento de la misión y visión institucional, teniendo como premisa la consolidación de la imagen corporativa en la divulgación de las políticas de conservación y preservación del ambiente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Actualizar las políticas de comunicación interna y externa, para promover procesos de información en todas sus manifestaciones para generar cultura, confiabilidad e identidad.
- Crear estrategias de comunicación interna y externas que permitan promover el cuidado de los recursos naturales y posicionar la imagen corporativa de la entidad.
- Mejorar el clima organizacional de la entidad, a través de acciones comunicativas encaminadas al fortalecimiento de comunicación interna.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020


- Divulgar al público externo e interno las acciones que desarrolla la entidad, por medio de herramientas comunicativas que promuevan la conservación y preservación del medio ambiente.

ALCANCE DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

La Corporación Autónoma Regional del Cesar-Corpocezar, tiene como objetivo velar por la protección de los elementos ambientales en su jurisdicción, bajo el enfoque del desarrollo sostenible, como eje fundamental de conservación.

En el proceso comunicacional de la entidad, es entendido de manera transversal, según su funcionamiento. Por consiguiente, desde la Oficina de Comunicaciones debe abordarse todas las áreas que hacen parte del Sistema Integrado de Gestión, con el fin de concientizar y dar a conocer a las comunidades la gestión que realiza la entidad entorno al cuidado de los recursos naturales.

La política de comunicaciones de Corpocezar, debe crear campañas y estrategias de comunicación, que promuevan una cultura sostenible y que a su vez fortalezcan la imagen corporativa.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

RESPONSABLE


El líder del equipo de comunicaciones tendrá la responsabilidad de verificar y mantener el cumplimiento de la política, con el apoyo de los integrantes del equipo que deben cumplir los parámetros dictados por el documento.

MODELO DE EJECUCIÓN



DEFINICIONES DEL MODELO DE EJECUCIÓN

NECESIDAD: requerimientos presentados por los diferentes actores (internos o externos) para la divulgación y/o socialización de mensajes o requerimientos de información de la organización.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

AUDIENCIAS: grupo de interés al que va dirigido el mensaje.

CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE: es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (como el habla, la escritura, etc.).

SELECCIÓN DE CANAL: es la escogencia del canal más apropiado para la difusión del mensaje de acuerdo con los grupos de interés de Corpocesar.


EMISIÓN: divulgar el mensaje en el momento adecuado (timing)

RECEPCIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

Esta etapa se relaciona en el momento en que los grupos de interés reciben el mensaje, dan retroalimentación de este y el equipo de comunicaciones evalúa y toma decisiones posteriores.

El mecanismo para hacerlo es la recolección de comentarios y/o preguntas de los grupos de interés por medio de la aplicación de encuestas de satisfacción o percepción.

COMUNICACIÓN INTERNA

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020


Se encarga del fortalecimiento y direccionamiento de la relación de la entidad con los colaboradores, bajo las siguientes funciones:

- Apoyar los procesos de gestión, direccionamiento y coordinación dentro de la entidad.
- Facilitar el diálogo y la interactividad.
- Generar una visión integral de la organización.
- Fortalecer el conocimiento de la entidad y de lo que hace.
- Crear y poner en circulación contenidos que apoyen la estrategia, permitan alinear los equipos y apoyen la cultura y la ética organizacional.
- Motivar la generación de percepciones positivas frente a la entidad, su quehacer y su condición como actor social.
- Generar espacios de participación para los diferentes grupos que componen la entidad.

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

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 un adecuado fortalecimiento de los objetivos misionales, a través de canales de comunicación que permitan visibilizar la gestión de la entidad entre los colaboradores.

En consecuencia, es importante que cada una de las oficinas comunique los avances que lleva en su gestión y las actividades a desarrollarse, para llevar a cabo el apoyo periodístico y audiovisual.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

La comunicación interna en Corpo Cesar se divide en tres tipos:


1. COMUNICACIÓN DESCENDENTE:

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

**Dirección, Subdirección, Coordinación de Sub-Áreas y
Jefes de Oficina (Secretaría General, Asesor de Dirección,
Oficina Jurídica, Oficina de Control Interno)**

2. 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).

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

3. COMUNICACIÓN HORIZONTAL:

La comunicación horizontal, consiste en la transmisión de información entre los colaboradores que no pertenecen a la alta gerencia; sin embargo, manejan información relevante para la entidad (circulares, resoluciones)


COMUNICACIÓN EXTERNA

Funciones:

- Posicionar la imagen de la entidad con sus grupos de interés.
- Mejorar el relacionamiento existente con los grupos de interés.
- Generar mensajes asertivos para divulgar la información que produce la entidad.
- Hacer pedagogía frente a la labor de la entidad y su alcance.
- Mantener un diálogo permanente con los grupos de interés de carácter externo.
- Generar una atención oportuna a las necesidades de información de los grupos de interés externos.

La Comunicación Externa, se refiere a la difusión de mensajes e información corporativa que es transmitida a grupos de interés externos que contribuyen con el posicionamiento y la construcción de la imagen de la Corporación Autónoma Regional del Cesar- Corpocesar.

Tiene como propósito la interacción entre Corpocesar y sus grupos de interés; el objetivo esencial es lograr establecer un vínculo entre el público externo y la entidad, por medio de canales de comunicación que permitan llegar a los usuarios.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

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, entre otros) y la divulgación de mensajes institucionales y proyectos que tienen como propósito la conservación y la preservación del ambiente.

Es esencial llevar el mensaje institucional que contempla la misión corporativa de la entidad. Se debe concientizar a la ciudadanía de los problemas ambientales 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 ambiente sano.


Dado que la Corporación Autónoma Regional del Cesar, Corpocesar, es una entidad pública, tiene en cuenta a todos los sectores de la comunidad cesarense (comunidades indígenas, campesinos, ecologistas, afrodescendientes, gremios productivos, pescadores, miembros del sector agropecuario, medios de comunicación, entre otros), a través de la definición del público externo, se busca que la información que genera la Corporación Autónoma Regional del Cesar- Corpocesar, sea clara y precisa. Además de esto, que la interacción entre la comunidad y los distintos sectores que hacen parte de su jurisdicción conozcan los servicios que ofrece la entidad.

DESCRIPCIÓN Y CLASIFICACIÓN DE CANALES

Una vez generado el mensaje existen diferentes medios y canales para transmitirlo a los grupos de interés, los cuales se utilizan con base en las necesidades de la organización y se clasifican en:

Canales Internos: medios por donde circulan los contenidos entre todos los colaboradores de la entidad.


Canales externos: medios por donde se difunde la información al público en general.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

CANALES INTERNOS

- ✓ **Boletines de Prensa:** medio informativo digital, denominado “YO SOY CORPOCESAR”, cuya periodicidad es mensual. Su contenido y publicación está a cargo del equipo de comunicaciones.
- ✓ **Carteleras digitales:** se trata de las pantallas ubicadas estratégicamente en la sede central de la entidad, y cuyo manejo y actualización está a cargo del equipo de comunicaciones. En este medio se publican contenido sobre la gestión de la entidad, con el propósito de informar sobre temas internos y externos. La información en este canal, se actualiza todas las veces que sea pertinente realizarlo.
- ✓ **Correo electrónico:** este medio digital se utiliza para enviar mensajes institucionales de carácter interno y externo administrado por el equipo de comunicaciones, el envío se hará a través de listas en las que están divididos los colaboradores de la entidad por grupos: funcionarios y contratistas, lo anterior para garantizar que la información sea oportuna para cada audiencia.


El correo electrónico corporativo oficial es:
comunicaciones@corpocesar.gov.co

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

- ✓ **Grupos de WhatsApp:** Corpocesar cuenta con dos grupos de WhatsApp: #CorpocesarMeInforma Funcionarios y Contratistas, los cuales se utilizan para difundir información sobre la gestión de la entidad y programación de actividades. Su diseño y administración estará a cargo del equipo de comunicaciones.

CANALES EXTERNOS

- ✓ **Boletín de Prensa:** medio informativo digital que tiene como función informar sobre todas las acciones relevantes que se llevan a cabo en Corpocesar. Su contenido y publicación está a cargo del equipo de comunicaciones.
- ✓ **Cuñas radiales:** contenido de relevancia para concientizar e informar a la comunidad. Su contenido y publicación se llevan a cabo teniendo en cuenta las necesidades que requiera la entidad en cada época del año y de acuerdo a la contratación del Plan de Medios.
- ✓ **Spots o mensajes televisivos:** contenido audiovisual que sirve para ilustrar a la comunidad sobre temas relevantes. Su contenido y publicación se llevan a cabo teniendo en cuenta las necesidades que requiera la entidad en cada época del año y de acuerdo a la contratación del Plan de Medios.
- ✓ **Avisos de institucionales:** se utiliza para destacar información sobre fechas ambientales, convocatorias, actividades pedagógicas, entre otros.
- ✓ **Página web:** se publica todo el contenido audiovisual y periodístico que se desarrolla en la entidad.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

- ✓ **Redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram):** se publica todo el contenido audiovisual y actividades o campañas que se desarrollan en la entidad, así como fechas ambientales, entre otros.
- ✓ **YouTube:** se publica todo el contenido audiovisual que desarrolla la entidad.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Toda la información que produce la entidad, debe ser difundida a través de redes sociales de la corporación y de su página web.


Funciones:

- Posicionar positivamente la imagen de la entidad con sus grupos de interés.
- Mejorar el relacionamiento existente con los grupos de interés.
- Generar mensajes asertivos para divulgar la información que produce la entidad.
- Hacer pedagogía frente a la labor de la entidad y su alcance.
- Establecer sinergias con los grupos de interés de carácter externo.

REDES SOCIALES

Es importante tener en cuenta que el alcance en estas plataformas debe ser orgánico (propio), debido a temas de austeridad. El manejo estará en cabeza del equipo de comunicaciones a través del Community Manager que es contratado a través del Plan de Medios.

Instagram: red social que se usa como herramienta para, a través de imágenes, videos y post dar a conocer la gestión, programas, planes y proyectos de la entidad y mantener una comunicación mediante la cual los usuarios pueden expresar

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

sus inquietudes y denuncias y que estas sean resueltas, a través de puentes de comunicación entre el equipo de comunicaciones y el funcionario correspondiente de acuerdo a la denuncia o inquietud.

La cuenta de Instagram es: Corpocesar

Twitter: red social de nanoblogueo que se caracteriza por la emisión de mensajes cortos (máximo 240) caracteres, con contenidos noticiosos que buscan amplio alcance.

La cuenta de Twitter: @corpocesar


Facebook: es la red social que abarca mayor cantidad de audiencia a nivel mundial, tiene un componente social importante, por tanto, los mensajes que se emitan a través de esta plataforma deben contener imagen o video e información más detallada.

La cuenta de Facebook es: Corpocesar

YouTube: es una red popular con dedicación exclusiva para la difusión de videos. El objetivo es publicar videos cortos relacionados con el quehacer de la entidad.

Canal: Comunicaciones Corpocesar

El equipo de comunicaciones, a través de un diseñador contratado, debe encargarse de la construcción de piezas gráficas, apoyado en el Manual de Imagen Corporativo de la entidad y de la política del Gobierno Nacional.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

PÁGINA WEB

Canal digital institucional que alberga los contenidos en diferentes formatos que, de un lado la entidad debe tener por ley y que, a su vez, son de interés para sus grupos. Es uno de los medios que permite la interacción con dichos grupos.

La persona delegada por cada dependencia responderá por la actualización, validación y envío del contenido a publicar, así como por la edición de este, entendida como la revisión de estilo del documento.

Cabe señalar que, de acuerdo con los tiempos establecidos para las publicaciones, la dependencia debe enviar la información al equipo de sistemas y/o comunicaciones, con tres (3) días de anticipación a la fecha de vencimiento de la publicación, como mínimo.

De no cumplirse el requisito, la dependencia solicitante se responsabiliza por la no publicación del contenido.


COMUNICACIÓN DE CRISIS

Gestión de situaciones que para la entidad son consideradas como “crisis” a nivel de comunicaciones y que deben ser atendidas de forma oportuna y estratégica.

Crisis: situación que impacta negativamente la imagen de la entidad entre uno o varios de sus grupos de interés, por sus características de dimensión, reputación y alcance.

Respuesta: mecanismo para brindar atención a la crisis definido por el equipo de comunicaciones y la Dirección General de la entidad a través de canales oficiales y voceros autorizados.

Canales oficiales: los internos y externos de la entidad

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020


Voceros autorizados: persona (s) designada (s) por la Dirección General y/o el equipo de comunicaciones para entregar declaraciones a sus grupos de interés.

De manera particular, son potenciales voceros de Corpocesar, el director de la entidad, los subdirectores y los coordinadores o líderes de proceso avalados por la Dirección General.

En caso de requerirse, el vocero designado debe entrar en contacto con el líder del equipo de comunicaciones para la definición de los canales y mecanismos para interactuar con los medios de comunicación, así mismo, recibirá asesoría sobre el discurso, presentación y manejo que debe dar al medio, según la necesidad y formato de cada uno.

Lineamientos para la atención de una crisis en la entidad:

- Evitar la especulación centralizando el manejo de la crisis en el equipo de comunicaciones.
- Informar oportunamente (de la manera más inmediata posible) a los que tengan relación directa con la información motivo de la crisis.
- Siempre será mejor para la entidad responder ante una crisis que evitar entregar declaraciones.
- Dar alcance a información errónea que se haya suministrado.
- Compartir regularmente la información con entidades relacionadas con la crisis, con el propósito de lograr alineación en la respuesta.
- Cuando se requiera, informar a terceros, proveedores, clientes y colaboradores.
- Tener en cuenta que la Comunicación de Crisis no finaliza cuando el evento crítico termina, sino que habrá que definir acciones de comunicación posteriores.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	PCE-02- MA-01
	GESTIÓN DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	VERSIÓN: 1.0
	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES	FECHA: 26/10/2020

MONITOREO DE MEDIOS

Se trata de un sondeo realizado a la información publicada por diferentes medios de comunicación, en donde se identifican aquellos contenidos con relación a la entidad. Es además una herramienta para la toma de decisión, por tanto, es estratégica para el equipo directivo de la entidad y el equipo de comunicaciones.

Lineamientos para el Monitoreo de Medios: se debe realizar reporte diario sobre el monitoreo realizado a todos los canales y medios de comunicación y elaborar un informe final destacando un análisis por mes.

ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la comunicación digital a través de las redes sociales, se realiza mensualmente análisis a las redes sociales de la entidad, con el fin de evaluar el material audiovisual y periodístico que genera la corporación para determinar las acciones estratégicas que ayuden a posicionar la imagen y los servicios de la entidad.

Lineamientos del Análisis de Redes Sociales: se debe realizar un reporte mensual sobre monitoreo realizado a todas las redes sociales de la entidad y desarrollar un análisis por mes.

Es importante resaltar que no se pueden publicar videos, ni fotos de actividades de la entidad, en cuentas personales hasta tanto, no se encuentren en las redes oficiales de la entidad; en caso de liberación de fauna silvestre está prohibido realizar alguna publicación desde cuentas personales.

La publicación del contenido enviado por las dependencias de la entidad, está sujeto a los lineamientos de la Oficina de Comunicaciones para su publicación.

Proyectó: Tania Marcela Angulo Serrano- Profesional de apoyo área de Comunicaciones 2019

Actualizó: Tania Marcela Angulo Serrano- Profesional de apoyo área de Comunicaciones 2021