



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14

VERSIÓN: 2.0

FECHA: 05/08/2016

Página 1 de 26

MANUAL DE COMUNICACIONES CORPOCESAR



	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 2 de 26

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. Plan de Comunicaciones
13. Monitoreo de medios
14. Análisis de Redes Sociales
15. Anexo Plan de Comunicaciones

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 3 de 26


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 medio ambiente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Actualizar las políticas de comunicación interna y externa, promoviendo 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 posesionar la imagen corporativa de la entidad.
- Mejorar el clima organizacional de la entidad, a través de acciones comunicativas encaminadas a el fortalecimiento de comunicación interna.
- 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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 4 de 26

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.

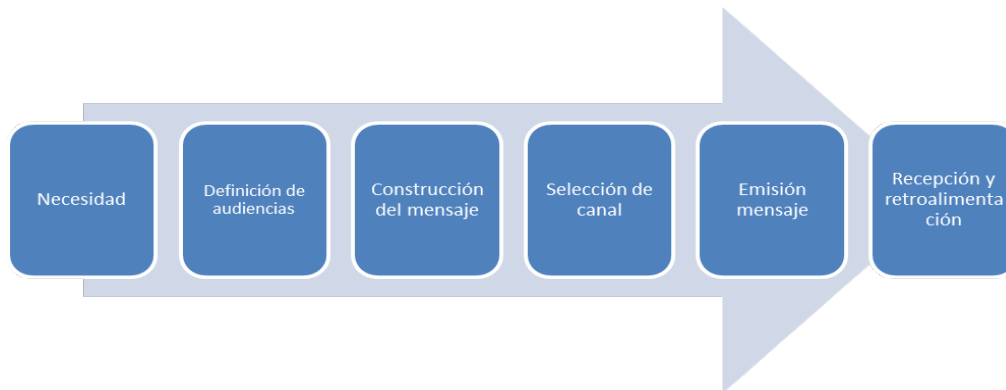
La política de comunicaciones de Corpocezar, debe crear campañas y estrategias de comunicación, que promuevan una cultura sostenible y que a su vez fortalezcan la imagen corporativa.

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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 5 de 26

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.

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 Corpopesar.

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

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 6 de 26

RECEPCIÓN Y RETROALIMENTACIÓN


La 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

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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 7 de 26

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, 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 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.

La comunicación interna en Corpocesar 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)**

Peticiones

Empleados

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 8 de 26

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).

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

Resoluciones
Circulares

Empleados


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.

Peticiones
Solicitudes

**Coordinadores, Subdirectores, Jefes
de Oficina y Empleados**

**Coordinadores, Subdirectores, Jefes
de Oficina y Empleados**

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 9 de 26

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.


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 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.

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 medio 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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 10 de 26

Dado que la Corporación Autónoma Regional del Cesar-Corpocezar, 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- Corpocezar, 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 GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 11 de 26

CANALES INTERNOS

- ✓ **Boletines de Presa:** 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 los televisores 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 magnético 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

- ✓ **Grupos de WhatsApp:** Corpocesar cuenta con tres grupos de WhatsApp: Corpocesar 2019, Coordinadores Corpocesar, Seccionales Corpocesar, 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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 12 de 26

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.


- ✓ **Spots 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.

- ✓ **Flashes informativos:** “flash informativo Corpocesar”, es un contenido breve, que resume algunas acciones realizadas por la entidad y se emite a través de radio y televisión.

- ✓ **Rueda de Prensa:** se utilizará para dar alcance a información noticiosa en donde la entidad entregue una versión oficial con una línea editorial definida.

- ✓ **Avisos de Institucionales:** se utiliza para realizar 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 GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 13 de 26

- ✓ **Redes Sociales (Facebook, Twitter e Instagram):** se publica todo el contenido audiovisual y notas que se desarrolla en la entidad.

- ✓ **You tube:** se publica todo el contenido audiovisual que desarrolla la entidad.


- ✓ **Grupos de WhatsApp:** se publica contenido audiovisual, además de avisos y noticias que registran los medios sobre la entidad.

COMUNICACIÓN DIGITAL

Toda la información que produce la entidad, debe ser difundida a través de redes sociales de la Autoridad Ambiental 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.
- Realizar contenidos digitales que poseen el Manual de Imagen de la entidad

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 14 de 26

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 de la entidad.

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, además, deben vincular un link de la entidad.

La cuenta de Facebook es: Corpocesar Corpocesar

You tube: 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 debe encargarse de la construcción de piezas gráficas, proceso, apoyado en el Manual de Imagen Corporativa de la entidad y de la política del Gobierno Nacional.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 15 de 26

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 de interés. 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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 16 de 26

Canales oficiales: los internos y externos de la entidad


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.

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 17 de 26

- Tener en cuenta que la Comunicación de Crisis no finaliza cuando el evento crítico termina, sino que habrá que definir acciones de comunicación posteriores.

PLAN DE COMUNICACIONES


Esta herramienta es diseñada para conocer con claridad la manera de llegar a los grupos de interés de la entidad, con el fin de generar un esquema que sirva para determinar estrategias que favorezcan los servicios de una entidad.

Al momento de realizarse el Plan de Comunicaciones, los públicos o stakeholders, podrán recibir información práctica, confiable y sobre todo pertinente en relación a sus necesidades.

Es importante tener en cuenta que el Plan de Comunicaciones, es creado, distribuido y mantenida de acuerdo a los programas misionales de la entidad.

Una matriz de comunicaciones debe tener los siguientes aspectos:

- Qué se comunica
- Quien lleva a cargo la comunicación
- A quien se comunica
- Cuándo se comunica
- Quién recibe la comunicación

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 18 de 26

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 audiovisuales y periodísticos que genera la corporación para determina las acciones estratégicas que ayuden a posesionar 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.



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14
VERSIÓN: 2.0
FECHA: 05/08/2016
Página 19 de 26

COMPONENTE	OBJETIVO	¿QUIÉN COMUNICA?	¿A QUIÉN COMUNICA?	¿CUÁNDO COMUNICA?	ACCIONES DE COMUNICACIÓN	PRODUCTO
COMUNICACIÓN INTERNA	Divulgar los programas y proyectos del plan de acción institucional “Agua para el desarrollo sostenible”, con la finalidad de dar a conocer las acciones de la entidad y generar mayor flujo comunicacional entre la alta dirección y los colaboradores.	-Coordinaciones, subdirecciones y jefaturas de oficina a través del área de comunicaciones de CorpoCESAR.	Funcionarios y contratistas	Permanentemente	<p>-Diseñar la estrategia de comunicación interna.</p> <p>-Recolección de información a través de las distintas dependencias.</p> <p>-Elaboración de mensajes institucionales sobre las actividades que desarrolla la entidad.</p> <p>-Elaboración y publicación de mensajes sobre el</p>	<p>-Boletín Interno “Yo Soy CorpoCESAR”</p> <p>-Piezas publicadas en carteleras digitales y físicas, redes sociales y grupos de WhatsApp.</p> <p>-Encuesta de Clima organizacional.</p> <p>-Socialización del Manual de Imagen Corporativo.</p>



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14

VERSIÓN: 2.0

FECHA: 05/08/2016

Página 20 de 26

					<p>cuidado y preservación de los elementos ambientales</p> <p>-Realizar actividades que fortalezcan el sentido de pertenencia y la comunicación entre funcionarios y contratistas</p> <p>-Difundir las actividades que promueva la entidad.</p> <p>-Fortalecer de la imagen interna de Corpoesar.</p> <p>-Divulgar resultados de la</p>	
--	--	--	--	--	---	--



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14
VERSIÓN: 2.0
FECHA: 05/08/2016
Página 21 de 26

					Gestión de Corposesar. -Divulgación al público interno el Plan Institucional de Gestión Ambiental- PIGA.	
COMUNICACIÓN EXTERNA	Divulgar y posicionar a través de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) y los medios digitales (página web y redes sociales), los resultados y avances en la gestión de la Corposesar.	-Oficina de comunicaciones.	-Usuarios -Organismos internacionales -Entes territoriales -Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible -Autoridad Nacional de Licencias Ambientales – ANLA.	Permanente	-Free Press: entrevistas, rondas de medios, boletines de prensa, entre otros. -Plan de medios: pautas, flash informativos, spots, campañas, entre otros.	-Boletines, notas, cuñas, audio, entre otros. -Mensajes informativos, a través de las redes sociales y página web. -Entrevista, rondas de medios y ruedas de prensa. -Publicación de productos audiovisuales



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14

VERSIÓN: 2.0

FECHA: 05/08/2016

Página 22 de 26

			<ul style="list-style-type: none"> -Departamento Nacional de Planeación -DNP -Otras instituciones del SINA -Comunidades indígenas -Comunidades afrodescendientes -Instituciones educativas y academia -Gremios y sector productivo -Entidades financieras -Órganos de entidades públicas o privadas que cumplen 			<p>a través de todos los canales de comunicación que tiene la entidad.</p>
--	--	--	---	--	--	--



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14
VERSIÓN: 2.0
FECHA: 05/08/2016
Página 23 de 26

			funciones ambientales. -Medios de comunicación. -Opinión pública en general			
COMUNICACIÓN PARA LA EDUCATIVA AMBIENTAL	Apoyar y organizar campañas y actividades de educación ambiental.	-Coordinación para la Educación Ambiental Integral y Participación Ciudadana. -Oficina de Comunicaciones.	-Entes territoriales -Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible - Comunidades indígenas -Comunidades afrodescendientes -Instituciones educativas y academia -Gremios y sector productivo	Permanente	-Apoyo en el cubrimiento de los eventos realizados por la coordinación de educación ambiental. -Desarrollo de contenidos pedagógicos y estrategias comunicativas con las comunidades. -Diseño de piezas, sobre fechas ambientales, educación ambiental y	-Boletines de prensa y contenidos audiovisuales: cuñas radiales, spots, entre otros. -Contenidos pedagógicos. (plegables, cartillas, folleto, entre otros). -Campañas de divulgación desarrolladas



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**

PCA-04-F-14

VERSIÓN: 2.0

FECHA: 05/08/2016

Página 24 de 26

			<ul style="list-style-type: none"> -Órganos de entidades públicas o privadas que cumplen funciones ambientales. -Medios de comunicación. -Opinión pública en general 		proyectos que realiza la corporación.	con las comunidades.
COMUNICACIÓN PARA LA GESTIÓN	Visibilizar los proyectos que son gestionados para el desarrollo sostenible del departamento del Cesar.	<ul style="list-style-type: none"> -Subdirección del área de Planeación y Subdirección de Gestión Ambiental. -Oficina de Comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> -Usuarios -Organismos internacionales -Entes territoriales -Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible Autoridad Nacional de 	Permanentemente	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo en el cubrimiento de los eventos realizados por las subdirecciones - Desarrollo de contenidos audiovisuales que visibilicen la gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar flashes informativos, cuñas, entre otros. -Realizar boletines, ruedas de prensa, informes especiales, entre otros.



**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN
GESTIÓN DOCUMENTAL
POLÍTICA DE COMUNICACIONES**


PCA-04-F-14

VERSIÓN: 2.0

FECHA: 05/08/2016

Página 25 de 26

			Licencias Ambientales (ANLA) -Departamento Nacional de Planeación- DNP -Otras instituciones del SINA -Comunidades indígenas -Comunidades afrodescendientes -Instituciones educativas y academia -Gremios y sector productivo -Entidades financieras -Órganos de entidades			-Desarrollar contenidos pedagógicos (plegables, cartillas, folleto, entre otros.)
--	--	--	---	--	--	---

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GESTIÓN DOCUMENTAL POLÍTICA DE COMUNICACIONES	PCA-04-F-14
		VERSIÓN: 2.0
		FECHA: 05/08/2016
		Página 26 de 26

			<p>públicas o privadas que cumplen funciones ambientales.</p> <p>-Medios de comunicación.</p> <p>-Opinión pública en general</p>			
--	--	--	--	--	--	--

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