

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE		MANEJO DE CRISIS			 Sistema Integrado de Gestión	
Versión: 4		Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica			Código: P-E-GCE-03	
Vigencia: 31/03/2025						
1. OBJETIVO		Implementar un plan de comunicación de crisis para garantizar una respuesta rápida, coordinada y efectiva ante una crisis de una temática ambiental.				
2. ALCANCE		Inicia con la identificación de momentos de crisis y termina con la evaluación de las acciones frente a la crisis presentada y cuando aplique actualizar y mejorar el plan de comunicación de crisis.				
3. POLITICAS DE OPERACIÓN		<p>Las crisis en materia de comunicación son comunes a todas las entidades, tanto privadas como públicas, pero en la actualidad por la dinámica de los medios de comunicación se ha hecho más especial y frecuente en las instituciones públicas y no solo por las razones propias de su gestión y los efectos que sobre los diferentes grupos de interés tienen sus decisiones, sino también por el contexto estratégico propio de la administración de lo público.</p> <p>De allí, la importancia que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, esté preparado para gestionar crisis de comunicación que puedan afectar su reputación, la confianza ciudadana y la percepción de su gestión.</p> <p>Este plan de comunicación de crisis, establece los protocolos de acción, comunicación y coordinación para mitigar impactos negativos, responder con rapidez y garantizar la transparencia ante situaciones de crisis mediática.</p> <p>El Plan avalado por la Alta Dirección, puede garantizar la legalidad y agilidad en la toma de decisiones y las estrategias a implementar en el corto, mediano y largo de plazo, de ser necesario ante cualquier crisis de comunicación.</p> <p>Finalmente, su divulgación y conocimiento les permitirá a las partes involucradas, conocer su rol y responsabilidad en las acciones a seguir, así como, la cadena de mando para la aprobación de la información y piezas comunicativas, que garanticen una efectiva divulgación de la información en los medios de comunicación.</p>				
4. NORMAS Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA		<p>* Constitución Política de Colombia.</p> <p>* Ley 99 de 1993, Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental –SINA y se dictan otras disposiciones.</p> <p>* Decreto 3570 de 2011. Por el cual se modifican los objetivos, la estructura del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y se integra el Sector Administrativo de Ambiente y Desarrollo Sostenible.</p> <p>* Decreto 1499 de 2017. Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015</p> <p>* Ley 190 de 1995. Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el objeto de erradicar la corrupción administrativa. Artículo 76, 77, 78, 79.</p>				
5. PROCEDIMIENTO						
N.º.	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO
1	Identificar momentos de crisis	P	<p>Mediante la implementación del monitoreo de medios se identifican posibles momentos de crisis. Así mismo, se permanece alerta ante cualquier situación de crisis.</p> <p>Identificar los temas críticos con base al análisis del contexto estratégico, monitoreo de medios y redes sociales.</p> <p>Tener presente los cambios normativos que puedan afectar la institucionalidad.</p> <p>Estar atentos a los problemas climáticos y sus consecuencias (incendios forestales y otros que se puedan presentar). Situaciones previas, entre otras.</p>	Grupo de Comunicaciones		Monitoreo de medios
2	Convocar a mesa de manejo de crisis.	P	<p>Convocar a la mesa de manejo de crisis.</p> <p>Establecer las funciones por cargo, así como, la línea de mando con responsabilidades.</p> <p>Nombrar al Coordinador de Comunicaciones como secretario técnico de la Mesa.</p>	Grupo de Comunicaciones	X	Acta de reunión

5. PROCEDIMIENTO

N.º	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO
3	Implementar el plan de comunicación de crisis	P	Implementar el "DS-E-GCE-02 Plan de comunicación de crisis", que determina las acciones a tomar si se llegara a presentar una crisis.	Grupo de Comunicaciones		
4	Establecer los grupos de interés y actualizar la base de datos	P	Establecer los grupos de interés y actualizar la base de datos de: - Personas y entidades que puedan aportar a la solución de la crisis. - Periodistas y medios - Directivos de las entidades adscritas y vinculadas - Personajes que se puedan requerir según el tema.	Despacho - Direcciones Técnicas y Grupo de Comunicaciones	X	Base de datos actualizada
5	Consolidar la información y mensajes clave	H	Consolidar la información actualizada y existente en todas las Direcciones Técnicas. Desarrollar mensajes claros y concisos para los grupos de interés y medios de comunicación. Se identifican posibles cuestionamientos de temáticas y se establecen posibles preguntas complicadas, que pueden surgir ante la crisis.	Despacho - Direcciones Técnicas y Grupo de Comunicaciones	X	Comunicaciones oficiales
6	Implementar el Plan de medios	H	Contactar los medios de comunicación, para que a través del Vocero de la entidad, se intensifique la divulgación de la información y los mensajes clave.	Grupo de Comunicaciones - Vocero de la Entidad	X	Entrevistas realizadas o menciones en medios registradas
7	Fortalecer la comunicación Interna	H	Fortalecer la comunicación Interna para que todos los colaboradores de la entidad estén informados de la situación, con el fin de evitar los rumores. De igual manera, si en la crisis están involucradas las entidades adscritas, vinculadas o corporaciones autónomas, asegurarse que manejen el mismo Mensaje Clave.	Grupo de Comunicaciones		Mensajes de comunicación interna
8	Evaluar la implementación del plan de comunicación de crisis	V-A	Realizar el monitoreo de prensa y determinar el daño de la crisis en la imagen institucional. Evaluar las acciones frente a la crisis presentada y cuando aplique actualizar y mejorar el plan de comunicación de crisis	Grupo de Comunicaciones	X	Monitoreo de prensa (noticias publicadas o menciones en medios de comunicación) Actualizar el plan de comunicación de crisis (cuando aplique) Acta de reunión

6. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

CRISIS: cualquier evento inesperado o previsible que intervenga en el funcionamiento normal de una empresa, ya sea pública o privada o cualquier incidente que pueda llamar la atención de manera negativa para una compañía y tener un efecto adverso en su condición financiera general, sus relaciones con los diferentes públicos o su reputación en el mercado. Difiere del riesgo, en la incertidumbre propia a la crisis.

CRISIS EN CIERNES: crece y empeora poco a poco, empieza como un problema pequeño y crece cada vez que se conocen más datos de la misma.

CRISIS EXTRAÑAS: una crisis inusual e inesperada que no encaje en las categorías anteriores.

CRISIS REPENTINA: una crisis inmediata e impredecible.

COMUNICACIÓN DE CRISIS: centros de operaciones donde estén claramente definidos los procesos de comunicación, roles y responsabilidades (quién dice qué a qué público y quién se encarga de que funcionen todos los equipos necesarios). Estar preparados, deberá ayudar a operar eficientemente con mayor rapidez.

GRUPOS DE INTERÉS, PARTES INTERESADAS O PÚBLICOS DE INTERÉS: todos aquellos individuo(s), organizaciones o grupos que formen parte o se vean afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad institucional, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de la entidad o proceso.

PLAN DE MANEJO DE CRISIS: documento escrito donde se nombra cada posible problema identificado en la fase de planeación así como de los roles y responsabilidades tanto del equipo de manejo de crisis como de los colaboradores clave de la organización y el resto de los públicos de interés.

PÚBLICOS DE INTERÉS ADICIONALES: conformados por medios de información y dependencias públicas o privadas. Aunque estos públicos no son afectados ni directa ni indirectamente por la crisis, podrían ayudar a la recuperación de la normalidad y la difusión controlada de la información acerca de la situación por la que atraviesa la empresa.

PÚBLICOS DE INTERÉS PRIMARIOS: serán los primeros afectados al suceder cualquier tipo de crisis dentro de la organización puesto que estarán en contacto directo con la misma, ya sea de forma física o emocional.

PÚBLICOS DE INTERÉS SECUNDARIOS: están conformados por los inversionistas, proveedores, clientes y comunidades aledañas a los centros de operación de la empresa.