



PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS

Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica

DS-E-GCE-02

Versión 3

29/09/2023

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
1. ANTECEDENTES	4
OBJETIVOS, METAS E INDICADORES	5
2. MARCO CONCEPTUAL	7
3. MARCO NORMATIVO	8
4. MANUAL DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	9
4.1 <i>Comunicación con los Públicos Internos: Interlocución</i>	9
4.2 <i>Comunicación con los Públicos Externos: Apertura Y Visibilidad</i>	10
4.3 <i>Alcance de la Política de Comunicación Pública</i>	13
4.4 <i>Objetivos del Manual de Comunicación Estratégica</i>	14
4.5 <i>Estrategias del Manual de Comunicación Pública</i>	14
4.6 <i>Esquema de gestión y administración del Manual de Comunicación Pública</i>	15
5. GLOSARIO	16
6. BIBLIOGRAFÍA	18



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

INTRODUCCIÓN

Las crisis en materia de comunicación son comunes a todas las empresas, 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.

De allí, la importancia de prepararse mediante la formulación de un Plan de Comunicación de Crisis, como complemento del Procedimiento de Manejo de Crisis P-E-GCE-03, y así evitar o mitigar el impacto sobre la imagen institucional y la credibilidad de la entidad.

El Ministerio tiene el presente Plan de Comunicación de Crisis debidamente adoptado por la Alta Dirección, para 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.

De igual manera, su divulgación y conocimiento les permitirá a las partes involucradas (internas y externas) conocer su rol y responsabilidad en las acciones a seguir, así como la cadena de mando para la aprobación de las piezas divulgativas y los medios de comunicación a utilizar.

Finalmente, es de vital importancia su actualización constante, pues este ejercicio constituye una efectiva gestión del conocimiento, para afrontar situaciones similares de crisis de comunicación en un futuro y con base en el aprendizaje adquirido fundamentar el accionar del Ministerio.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

1. ANTECEDENTES

Las crisis de comunicación se caracterizan por ser inesperadas, imprevisibles y que coartan la capacidad de acción, son relevantes para los diferentes públicos, rara vez tienen su origen en la comunicación, pero rápidamente se convierten en noticia.

En general, tienen su origen en fenómenos naturales (incendios naturales, inundaciones), acontecimientos políticos y conflictos sociales (cambio climático o deforestación), accidentes (contaminación por emisiones o derramamientos), orden público (explosión de tubos de hidrocarburos), eventos criminales (tráfico de fauna y flora silvestre, madera ilegal, minería ilegal, siembra de cultivos para usos ilícitos, entre otros).

Toda crisis tiene una parte operativa cuya finalidad es darle solución al problema que dio origen a la crisis y otra comunicacional, para mantener informada a la población sobre las acciones a tomar y minimizar los efectos sobre la imagen institucional.

Contar con un Plan de Comunicación de Crisis, facilita una comunicación proactiva, permite contar con un equipo humano preparado para actuar con transparencia y rapidez y define con antelación quién, cómo y cuándo activar el Plan y bajo qué circunstancias debe hacerse.

De igual forma, guía en la toma de decisiones a la hora de una situación crítica, contar con Bullets y pre-Boletines de prensa por tema, identificar las partes interesadas y los mejores canales de comunicación y piezas divulgativas (correo electrónico, Twitter, página Web, comunicados de prensa, etc.), entre otros. La importancia de contar con esta información es evitar errores, que puedan empeorar la crisis.

Es importante tomar en cuenta la capacidad de la organización, para entender y hacerse comprender por sus públicos. Esta comprensión en caso de crisis, le brinda un colchón de credibilidad y confianza, además del conocimiento en los códigos y canales sobre los cuáles instaurar su mensaje.

Los colaboradores de la Entidad son uno de los públicos más importantes en la gestión de una crisis, ya que pueden funcionar como aliados y portavoces del Ministerio, pues divulgarán el mensaje de forma denotativa y connotativa. Además, de constituirse en defensores del sector Ambiente y sus valores por una Colombia potencia de Vida.

Otros elementos fundamentales en el Plan de Comunicación de Crisis son los medios de comunicación y las buenas relaciones con ellos, pues son altavoces ante cualquier indicio de cambio o novedad, haciendo las veces de desestabilizadores o apoyos del Ministerio.

Cuando hay una crisis lo primero es resolverla, nunca huir. Una crisis bien gestionada puede incluso mejorar la imagen de la entidad.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

OBJETIVOS, METAS E INDICADORES

OBJETIVO GENERAL	INDICADOR
Implementar una Estrategia de Comunicación de Crisis	Estrategias implementadas antes una crisis desarrollada

OBJETIVOS ESPECÍFICO	INDICADOR DE PRODUCTO	META
Desarrollar el Plan de Comunicación de Crisis.	Productos divulgativos Para manejo de crisis elaborados	500

✓ ACTIVIDADES

Número	ACTIVIDAD	INDICADOR DE PRODUCTO	META
4.1.	Levantar la información necesaria para realizar las piezas divulgativas.	No. de Piezas Divulgativas realizadas	50
4.2	Adelantar posibles escenarios: con base en la información obtenida, analizar lo peor que puede suceder y preparar estrategias para facilitar la comunicación	Estrategias de Comunicación diseñadas	15
4.3	Crear argumentarios sobre los temas identificados.	No. de Argumentarios realizados	15
4.4	En tiempos de crisis, hacer un análisis diario de monitoreo para determinar cómo se va presentando la situación.	No de Informes de Monitoreo	30
4.5	Implementa acciones de mejora	Acciones de mejoras realizadas	5



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

✓ **LOCALIZACIÓN**

Nacional

✓ **POBLACIÓN**

Población colombiana sin distinciones de clase, religión o género, públicos específicos, entidades interesadas y servidores públicos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

✓ **DURACIÓN**

CUATRO AÑOS: 2021, 2022, 2023, 2024



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

2. MARCO CONCEPTUAL

El primero en utilizar el término Comunicación Pública, a mediados del Siglo XIX, fue el filósofo Alemán Jürgen Habermas, quien, a raíz de la respuesta de la ciudadanía a la opresión del estado y la Iglesia, que hasta entonces habían desarrollado una comunicación unidireccional, describe estos nuevos comportamientos a través de los conceptos de esfera y comunicación pública.

Se refiere específicamente al momento cuando las clases burguesas comienzan a dar a conocer sus opiniones abiertamente como un acto normal y legítimo de la vida política e incluso como un derecho del ciudadano a dar conocer sus intereses y reclamos.

La aparición de los medios de masivos de comunicación y el avance en las nuevas tecnologías como el telégrafo, la telefonía y la radiotelegrafía plantean la necesidad de una definición legal y algún tipo de reglamentación de estas manifestaciones sociales, que en Colombia se ven reflejados en la Constitución Política de Colombia, en los conceptos de transparencia y publicidad de las actuaciones de los servidores públicos.

En el país, el Modelo Macro intencional de Comunicación del investigador José Bernardo Toro y la Fundación Social concluyen: “nadie reproduce ni multiplica un sentido en forma mecánica sino que lo apropia y al hacerlo lo convierte en su propio contenido; y por consiguiente es autónomo en la generación de su mensaje, en su articulación y la de su público a la movilización”¹, dando apertura a una discusión sobre la temática de la Comunicación Pública y su aplicación.

En la reconstrucción del Eje Cafetero después del terremoto de 1999, la Corporación vive la Ciudadanía aplicó por primera vez este modelo, quedando como experiencia la necesidad de involucrar a la ciudadanía en el seguimiento a los bienes públicos y se comenzó a hablar de la importancia de contar en el estado con un modelo general de comunicación pública de carácter organizacional, corporativo, informativo o de interacción comunicativa.

El propósito es dotar a las entidades públicas de una herramienta que le permita cumplir con el Artículo 209 de la Constitución Política, en la construcción de lo público, la generación de confianza y la transparencia en el marco de los principios de la Función Administrativa: igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad. Así como a la naturaleza y propósito del Estado Social de Derecho, consignado en el Artículo 1 de la Carta Magna.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

3. MARCO NORMATIVO

La Comunicación Pública tiene sus fundamentos constitucionales en los Artículos 1, donde se establece que Colombia es un Estado Social de Derecho, y el artículo 209 que recoge los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad e imparcialidad.

ELEMENTO	NORMA	ARTICULO
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Constitución Política de Colombia	16,20
	Resolución O48 de 2004 de la Contaduría General de la Nación	Todo
COMUNICACIÓN INFORMATIVA	Constitución Política de Colombia	15,20,23,74,78,268,270,272,274,277,284
	Ley 42 de 1993	36 al 41, 46
	Ley 80 de 1993	66
	Ley 734 de 2002	3
	Ley 489 de 1998	22,23,33,34
	Directiva 12 de 2002	Toda
	Resolución Orgánica 0544 de 2003 Contraloría General de la República.	Toda
	Resolución 048 de 2004 Contaduría General de la República.	Toda
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Ley 87 de 1993	4
	Ley 190 de 1995	76
	Directiva Presidencia 01 de 1997	Todo



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

4. MANUAL DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

La Comunicación en el Ministerio responde a un marco político que explica la manera como la institución vive y reglamenta sus procesos comunicativos. La Comunicación es estratégica por cuanto es una herramienta que ayuda a la entidad en el cumplimiento de su misión, visión y la construcción de la confianza e imagen institucional.

“Carácter estratégico de la comunicación

- ✓ Todas las áreas de la entidad estarán enfocadas hacia la construcción y preservación de la identidad y la proyección de imagen institucional.
- ✓ La comunicación gozará de un espacio institucional propio, para lo cual se proferirán los actos administrativos pertinentes y se hará la provisión de los recursos suficientes, con miras a implementarlas.
- ✓ La comunicación debe contribuir a crear las condiciones para la participación responsable de sus colaboradores en la gestión y ejecución de las actividades.
- ✓ Los directivos de cada dependencia, con el acompañamiento y asesoramiento del Grupo de Comunicaciones aplicarán de forma permanente y sistemática estrategias de comunicación para el eficiente logro de los objetivos misionales.
- ✓ Los directivos y jefes ejercerán un constante liderazgo en la construcción de identidad institucional y tendrán especial responsabilidad en propiciar un estilo de comunicación organizacional que exprese congruentemente el ser institucional enunciado en los documentos estratégicos de la entidad.

“La comunicación en la construcción de confianza”

- ✓ Los estilos de comunicación de los servidores públicos en todos los niveles del Ministerio estarán enfocados al diálogo, la transparencia y mantener una actuación administrativa abierta a las veedurías ciudadanas y al público en general.
- ✓ Los mensajes que generen las distintas dependencias serán coherentes con los postulados del marco ético, con los planteamientos estratégicos institucionales y con lo que la entidad efectivamente hace.
- ✓ Posicionar el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como la entidad rectora de la normatividad ambiental del país.
- ✓ Se comprometerán a entregar, a través del Grupo de Comunicaciones, información clara y oportuna a la sociedad civil en general, con el fin de dotarlos de las herramientas necesarias para la toma de decisiones relacionadas con el Ambiente y el Desarrollo Sostenible.
- ✓ Así como, fortalecer las relaciones de la Entidad con las comunidades, sectores, gremios, los medios de comunicación, y la sociedad civil en general.
- ✓ El Ministerio siempre se expresará como una entidad que construye y defiende lo público a través de su orientación hacia el bien común.

4.1 Comunicación con los Públicos Internos: Interlocución



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/09/2023	Código: DS-E-GCE-02

Internamente, la comunicación en el Ministerio estará enfocada a la construcción y consolidación de la cultura organizacional a través de la difusión de mensajes, que les permitan a los servidores públicos comprender, entender y apropiar los conceptos básicos de la entidad, encaminados a la construcción de sentido compartido y a la dinamización de la comunicación horizontal, vertical (ascendente y descendente) y transversal en la entidad.

“Carácter de la comunicación organizacional”

- ✓ En el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible los servidores públicos interiorizarán la visión, la misión y los objetivos institucionales, tanto en su comprensión conceptual como en su práctica diaria.
- ✓ Las relaciones entre los servidores públicos estarán basadas en el diálogo, el respeto y la participación, para la promoción permanente del trabajo en equipo y la construcción de redes de apoyo mutuo.
- ✓ La comunicación en la entidad estará encaminada al aprendizaje organizacional y la disposición al cambio, como componentes básicos de la cultura organizacional.
- ✓ Se dispondrá de medios oficiales internos de comunicación.
- ✓ Se dará a conocer ampliamente el plan de acción establecido anualmente, para que los servidores públicos lo conozcan, lo apropien y lo apliquen en su trabajo diario, de igual manera se les deberá dar a conocer los resultados, avances, reenfoque y desarrollo de la gestión.
- ✓ En los procesos de empalme entre las administraciones entrante y saliente, se deberá garantizar el conocimiento amplio y suficiente del nuevo proyecto de gestión, así como de los énfasis de la nueva administración.

“La Información es un bien colectivo”

- ✓ El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible dispondrá de mecanismos para la organización y sistematización de los registros de la gestión pública, de modo que permanentemente se produzca la información necesaria para entender los procesos que se dan en su interior.
- ✓ La información en el Ministerio es un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo, por tanto, deberá fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente y bidireccional para propiciar la toma acertada de decisiones en todos los niveles.

4.2 Comunicación con los Públicos Externos: Apertura Y Visibilidad

En coherencia con su responsabilidad de contribuir a la construcción de lo público, la comunicación de la entidad se orientará hacia el fortalecimiento de la apertura y la visibilidad a través de la prestación de un servicio de excelente calidad en cumplimiento con los fines misionales, a la escucha y receptividad frente a la ciudadanía, a la transparencia en todas sus actuaciones y a la rendición de cuentas oportunas y suficientes sobre su gestión.

El Ministerio rendirá cuentas a la sociedad mediante audiencias públicas y demás mecanismos, que posibiliten la información oportuna de los resultados más importantes de la gestión institucional, generando confianza entre los gobernantes y la ciudadanía, facilitando el control social a la administración pública.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

“Apertura y visibilidad en la comunicación con la ciudadanía”

- ✓ La comunicación con la ciudadanía se hará en términos de respeto, calidez y oportunidad en el entendimiento de que la razón de ser de la administración es la prestación de un servicio de excelente calidad a la ciudadanía.
- ✓ El contacto de cualquier ciudadano con un área específica de la entidad se asumirá como un contacto con la totalidad de la misma, y por tanto se demostrará un interés institucional por atender sus requerimientos y orientarlo adecuada y satisfactoriamente en sus necesidades.
- ✓ El Ministerio dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la entidad.
- ✓ En aplicación de los principios de publicidad y de rendición de cuentas, el Ministerio informará periódica y sistemáticamente a la ciudadanía, sobre sus actuaciones y los resultados obtenidos en su gestión.
- ✓ Las respuestas que se den a los requerimientos o peticiones de los ciudadanos deberán ser claras, completas, oportunas y sin evasivas.
- ✓ El proceso de Gestión de la comunicación Estratégica, en concordancia con el tratamiento de la imagen institucional, es el encargado de asesorar a los servidores públicos en el correcto manejo de los medios, de preparar, suministrar y enviar información (escrita, oral o audiovisual) a los medios de comunicación y a periodistas. Así como, la elaboración de comunicados, boletines y demás piezas comunicativas.
- ✓ Cada proceso es responsable de la información producto de sus actividades y debe velar por la veracidad y oportunidad de la misma, por lo cual deberán revisar todos los datos, antes de ser enviados al área de comunicaciones.

“Comunicación con los contratistas y proveedores”

- ✓ En estricto cumplimiento a la normatividad de contratación administrativa, se divulgará en forma amplia, oportuna y suficiente, a través del Sitio Web del SECOP II, la información sobre apertura, licitaciones y/o necesidades de contratación de cualquier índole con agentes externos a la misma.
- ✓ En desarrollo del principio de selección objetiva del contratista, se suministrará a todos los oferentes o proponentes, sin distingo alguno y en igualdad de condiciones, la información necesaria para la presentación de propuestas.
- ✓ Se informará a todos los oferentes y/o proponentes, de manea amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que condujeron a la toma de decisión en los procesos de adjudicación de contratos.
- ✓ En cumplimiento del principio de la publicidad y transparencia, la celebración, ejecución y liquidación de los contratos estarán sujetos al control de la ciudadanía y en especial a las veedurías ciudadanas que existan o se organicen.
- ✓ Es la Secretaría general el área responsable de la divulgación de la normatividad y demás información, que así lo requiera, en el diario oficial. Al igual que de todos los avisos que por ley deban ser publicados en un diario regional o nacional

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

Vocerías institucionales

- ✓ El Ministro, los Viceministros y directores son, por la naturaleza de sus cargos, los voceros institucionales de la entidad, en estricto orden jerárquico.
- ✓ En caso de no poder ejercer esta labor ninguno anteriores, el ministro autorizará según el tema, quien deberá dirigirse a los medios.
- ✓ En algunos casos, por el nivel de criticidad del tema a tratar, es posible que el Ministro o el Presidente de la República asuma esta responsabilidad.
- ✓ El Ministerio definirá y promulgará los criterios de manejo de la información, cuidado de imagen corporativa y confidencialidad, que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que en virtud de sus funciones o de su cargo actúen en un momento dado como voceros de la entidad.
- ✓ Los servidores públicos que por razón de su cargo representen al Ministerio a nivel regional, nacional o internacional, a excepción del Ministro por razones de Estado, sólo podrán referirse a la información organizada para tal reunión.
- ✓ El Ministerio es una entidad de puertas abiertas y como tal debe estar disponible a todos los medios de comunicación, pero estos contactos deben hacerse siempre a través del área de comunicaciones.

“Relaciones con los medios de comunicación”

- ✓ La relación del Ministerio con medios de comunicación tendrá un carácter institucional y no estará afectada por sesgos políticos o de otro tipo.
- ✓ La entidad se relacionará con los medios en un marco de respeto por su libertad y autonomía. El suministro de la información y la relación comercial frente a la pauta publicitaria se realizarán bajo parámetros democráticos.
- ✓ El área de Comunicaciones será la encargada de coordinar todo lo relacionado con la expresión de la entidad y sus voceros frente al tema de los medios.
- ✓ Se buscará establecer una relación de confianza con los medios, centrada en la crítica objetiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible
- ✓ El derecho a la información de los medios de comunicación está reglamentado por la ley 190 de 1995, por tanto, los procesos misionales deberán priorizar la información que solicitan a través del grupo de comunicaciones.

“Interacción informativa con los organismos de control”

- ✓ En el marco del respeto por el principio de separación e independencia de las ramas del poder público, la Entidad buscará garantizar por todas las formas a su alcance la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/09/2023	Código: DS-E-GCE-02

“Comunicaciones de las Redes Sociales”

- ✓ La comunicación a través de las redes sociales como Facebook , Instagram, Twitter y las demás existentes o implementadas en el tiempo, se hará en términos de respeto, cumpliendo los lineamientos establecidos por el gobierno nacional.
- ✓ las redes sociales se manejarán bajo el criterio de respeto mutuo, primando siempre el interés por atender a la comunidad de forma adecuada.
- ✓ Las redes sociales informarán atentamente todas las noticias sobre el Ministerio previa aprobación del coordinador a cargo, con el fin de mantener informada a la ciudadanía.
- ✓ Solo el grupo a cargo de las redes sociales y el responsable del área tendrán acceso a las claves y solo ellos están autorizados para publicar la información
- ✓ Los funcionarios públicos del Ministerio que por su cargo sean reconocidos como parte de la entidad, deberán evitar la publicación en sus redes sociales de información que pueda afectar la imagen institucional.
- ✓ Todas las direcciones podrán solicitar difusión de sus noticias y eventos en las redes sociales del Ministerio, previa solicitud y aprobación del encargado del Grupo de Comunicaciones, quien en última autorizará su publicación. En todo caso el Grupo de Comunicaciones será responsable de su difusión, más no del contenido.
- ✓ Los funcionarios y contratistas que hacen uso de las redes sociales e identifican en ellas su vínculo laboral con el Ministerio, deberán evitar el uso de contenidos que afecten la buena imagen de la entidad y de quienes laboran en ella.
- ✓ La entidad cuenta con redes sociales de carácter institucional y sólo a través de ellas se divulgará la información institucional.
- ✓ Las redes sociales de los voceros institucionales se considerarán cuentas institucionales, durante la vigencia del contrato y por ello deberán utilizarse con responsabilidad y buen juicio.

4.3 Alcance de la Política de Comunicación Pública

El Manual de Comunicación Pública orientará al Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en el manejo adecuado de las comunicaciones, como un eje estratégico que permite dar a conocer y a entender a los públicos internos y externos la misión institucional y las acciones realizadas en el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos para tal fin.

Es así como este manual entregará las herramientas para el manejo de la comunicación en todas las áreas del Ministerio, determinando el conjunto de responsabilidades y las competencias de cada una de ellas en el desarrollo de las acciones comunicativas en la entidad, haciendo seguimiento a las estrategias implementadas y tomando las acciones necesarias encaminadas a la mejora

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/09/2023	Código: DS-E-GCE-02

4.4 Objetivos del Manual de Comunicación Estratégica

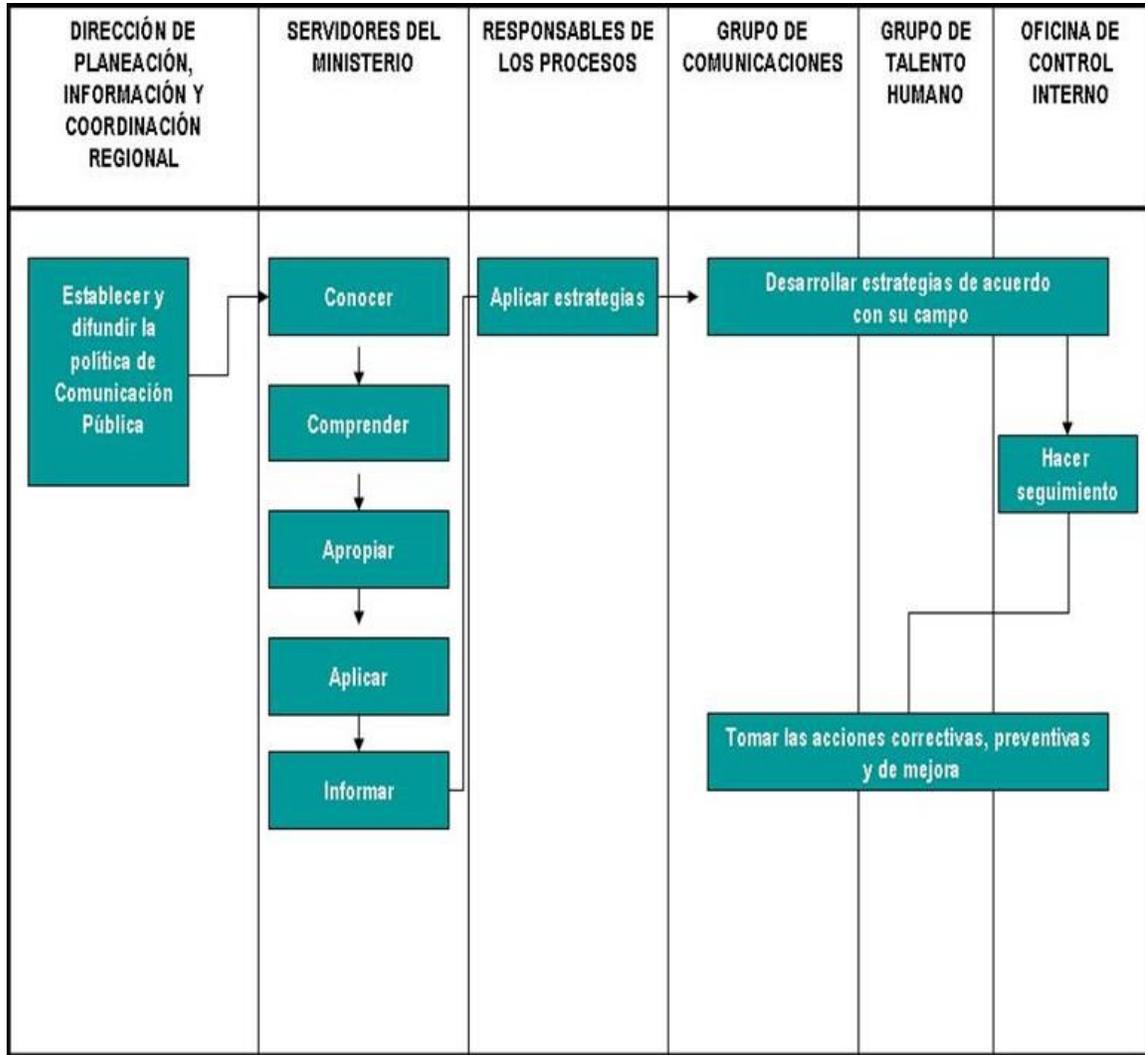
- ✓ Institucionalizar la comunicación en el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible como un eje estratégico y por ende transversal a la estructura organizacional.
- ✓ Aportar al cumplimiento del principio constitucional de publicidad y a la figura de rendición de cuentas.
- ✓ Planear de forma estratégica la comunicación al interior de la entidad, creando espacios de concertación, encuentro y participación.
- ✓ Definir claramente al interior de la entidad el significado de velar por el cumplimiento de la Constitución Política y la Ley y proteger los recursos del Estado bajo su administración y gestión.
- ✓ Fomentar la cultura del autocontrol, la autoevaluación y la autogestión.
- ✓ Dar las herramientas que permitan desarrollar estrategias encaminadas a motivar y comprometer a los servidores públicos del Ministerio a unir esfuerzos para alcanzar la misión institucional.
- ✓ Fomentar la integración y un ambiente sano de trabajo
- ✓ Reglamentar la relación de la entidad con los Medios de comunicación y los periodistas a nivel nacional.
- ✓ Institucionalizar el servicio al cliente como una responsabilidad de todo servidor público.

4.5 Estrategias del Manual de Comunicación Pública

Para el cumplimiento de los objetivos de este manual se estructuran las siguientes estrategias:

- ✓ Fomento de la comunicación como una herramienta estratégica para la construcción de identidad institucional y para el logro de los objetivos misionales
- ✓ Fomento de la participación responsable de los servidores públicos en la gestión y ejecución de los objetivos misionales.
- ✓ Fortalecimiento de los Sistemas de Información del Ministerio, con la finalidad de acceder a los datos de forma ágil y segura.
- ✓ Fortalecimiento de los mecanismos de difusión de la información, la cual debe fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente, bidireccional y horizontal. Los servidores públicos que entorpezcan su difusión estarán sujetos a sanciones.
- ✓ Fortalecimiento de la comunicación con la ciudadanía, en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio hacia la ciudadanía y en el ejercicio de los principios de publicidad y transparencia.
- ✓ Fortalecimiento de la comunicación con los contratistas.
- ✓ Establecimiento de voceros institucionales, encargados de dar a conocer a la comunidad en general las políticas, programas y planes que adelanta el Ministerio en bien de la nación.
- ✓ Fortalecimiento de las relaciones con los medios de comunicación.
- ✓ Fomento de La interacción informativa del Ministerio con los organismos de control

4.6 Esquema de gestión y administración del Manual de Comunicación Pública



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	 Sistema Integrado de Gestión
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

5. GLOSARIO

Comunicación Organizacional: es el campo de la actuación de la comunicación que busca garantizar el orden y coherencia de las entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional. Este es un campo fundamental, pues de su acertado manejo dependen las señales que la entidad envía hacia la sociedad y revierten sobre su imagen y condicionan sus márgenes de credibilidad.

Comunicación Informativa: es el campo de actuación de la Comunicación Pública que busca garantizar que las entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato. Escenario comúnmente asociado a los medios de comunicación y de manera más específica al periodismo, en donde la veracidad, transparencia, suficiencia y oportunidad de la información emitida, son garantizados por el actuar de las oficinas de prensa o quien asuma estas funciones.

Comunicación Externa: El propósito esencial de las estrategias enmarcadas en el ámbito de la comunicación externa es visibilizar la labor institucional en todos los ámbitos y escenarios considerando a la sociedad civil como objeto principal de las acciones comunicativas, así como los medios de comunicación nacionales y regionales, las entidades públicas y privadas, entidades internacionales, agremiaciones, y en general todo el público interesado en conocer la información que elabora el Ministerio desde cualquiera de sus áreas misionales o funcionales

Rendición de Cuentas a la Sociedad: es un campo derivado de la comunicación informativa, específico de las entidades del estado y que solamente es posible desde una práctica de la comunicación organizacional fundada en la aplicación del precepto constitucional de publicidad y transparencia.

Medios de Comunicación: instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o Mass media). Pero otra parte al interior de una empresa, deben considerarse como tal las carteleras, el correo electrónico, las circulares informativas, los memorandos, las reuniones de trabajo, entre otros.

Apertura: es la capacidad organizacional de resonar, de estar abierto. La Entidad pública de manera particular se debe a sus audiencias externas, existe justamente en función de la ciudadanía y para ellos debe ser receptiva.

Interlocución: es la capacidad de construir sentido y visión compartida. Hace referencia a cuando el vocero y la organización desarrollan la capacidad de dialogar y estar abiertos a conversar e interactuar tanto con sus equipos de trabajo, como con la sociedad.

Visibilidad: se relaciona con informar las políticas, los programas y planes que adelanta la entidad a favor de la comunidad y la manera como invierte los recursos asignados por el estado. Cuando se es visible se genera confianza y se construye una imagen institucional sustentada en el sentido de pertenencia de los ciudadanos hacia la entidad y su gestión.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	 Sistema Integrado de Gestión
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

Publicidad: significa el dar a conocer de manera abierta y transparente el actuar de la entidad y los programas y planes que desarrolla a favor de la comunidad, así como la utilización de los recursos económicos, humanos y tecnológicos.

Posicionamiento: la comunicación hacia fuera debe estar enfocada en hacer visible la gestión, a mostrar cómo está actuando la organización y los resultados obtenidos.

Plan de Comunicaciones: es un documento donde se establecen los recursos, objetivos y actividades de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	 Sistema Integrado de Gestión
	Proceso: Gestión de la Comunicación Estratégica	
Versión: 3	Vigencia: 29/092023	Código: DS-E-GCE-02

6. BIBLIOGRAFÍA

1. Modelo de Comunicación Pública Organizacional e informativa para entidades del Estado.
2. Manual de Implementación. Modelo Estándar de control Interno para el Estado Colombiano MECI: 2005

Nota de reconocimiento: Algunos de los textos de este documento se han tomado literalmente de la bibliografía citada.

