




CÓDIGO: MADE-02

VERSIÓN: 05

FECHA: 16/05/2022

MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES

CUADRO CONTROL DE CAMBIOS		
Versión	Fecha	Descripción del
00	24/11/17	Emisión inicial
01	01/03/2019	Se incluye pie de página de copia controlada, inclusión del Decreto 1499 de 2017-MIPG y actualización del logo según el Manual de identidad visual corporativa
02	14/12/2020	Se elimina la producción del programa institucional REDES el cual ya no es emitido por el canal TRO, se de la sección aprende con Wendy, la youtuber, la alimentación del canal YouTube y el boletín de comunicaciones se realizará quincenal.
03	01/07/2021	Actualización de la estructura organizacional (organigrama), según acuerdos de asamblea N° 4 de 2021 aprobada en la sesión extraordinaria del 10 de mayo de 2021.
04	07/07/2021	Se establece organigrama según ley 2094 del 29 de junio del 2021, artículo 14 donde se modifica el artículo 93 de la ley 1952 de 2019 referente al control disciplinario interno. Artículo 73 que modifica el artículo 265 ley 1952 de 2019 referente a la vigencia y derogatoria el cual empieza a regir nueve (9) meses después de su promulgación
05	16/05/2022	Actualización de la estructura organizacional (organigrama), según acuerdos de asamblea N° 4 de 2021 aprobada en la sesión extraordinaria del 10 de mayo de 2021.

		EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.		
CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 2 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

INTRODUCCIÓN

Contar con una Política de Comunicaciones significa encontrar un sustento ético y profesional del manejo de la imagen institucional de la organización. Una política genera confianza hacia la compañía, su gestión y los productos o servicios que realiza.

Valores asociados a la política de comunicaciones:

- Transparencia
- Participación
- Respeto
- Veracidad
- Diligencia
- Colaboración

En la política de comunicaciones se establece cómo espera la organización que se realicen las labores, pero no desde un punto de vista operativo como sería un manual de funciones o la descripción de una tarea o un proceso, la política tiene una perspectiva superior que debe permitir más allá de una descripción de actividades a desarrollar, los parámetros que deben tener en cuenta las acciones de comunicación, sean cuales fueren las que se realicen para mantenerse dentro de un rango que además identifique la organización y le permita diferenciarse de otras.

El establecer una política de comunicaciones permite además identificar que la organización está fundamentada en objetivos, con altos niveles de empoderamiento en donde las redes de trabajo realizan sus labores dentro de unos mismos parámetros de acción.

La política de comunicaciones debe además aportar a que la interacción de los miembros de la organización y las diferentes partes que la componen se realice de una forma dinámica pero direccionada facilitando la competitividad y la innovación.

Una de las principales debilidades que tienen actualmente las organizaciones, es la ausencia de una política de comunicación que; por un lado, permita alinear el discurso de la empresa a sus objetivos de negocio y; por el otro, establecer los vínculos necesarios con sus audiencias claves para asegurar su viabilidad en un entorno cada vez más dinámico y complejo.

El desarrollo de una política de comunicación permite a las organizaciones desarrollar mayores capacidades para la gerencia de su reputación. De esta forma se logran sincronizar

		EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.		
CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 3 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

los activos comunicacionales de la empresa, orientarlos y administrarlos en la dirección correcta.

Las empresas actualmente se enfrentan a un escrutinio público desde los medios de comunicación, grupos de presión, el gobierno y sus instituciones, organizaciones no gubernamentales y la comunidad. Muchos de estos escenarios de coyuntura son manejados de manera espontánea y en la mayoría de los casos los costos de los desaciertos terminan generando daños a la imagen de la empresa que no son cuantificables, pero cuyos efectos se evidencian en las barreras que se crean alrededor de la actividad de la organización, afectando su viabilidad y generando coyunturas cada vez más frecuentes.

Las empresas están aprendiendo que tienen que administrar y reforzar la gestión de sus activos intangibles con la misma energía que asignan a los activos tangibles del negocio. Un primer paso en este sentido es trabajar sobre una política de comunicación, contar con un “manual de vuelo”, una guía que les permita enfocar su actividad gerencial con una eficiente gestión comunicacional.

1. OBJETIVOS

El objetivo principal del Manual de Política de Comunicaciones es institucionalizar y reiterar el compromiso de la organización con el modelo de Comunicación como eje transversal de Empresa.

Es por ello, que se pretende con este Manual alinear el discurso de la empresa a sus objetivos de negocio y por otro lado, establecer los vínculos necesarios con sus audiencias claves para asegurar su viabilidad en un entorno cada vez más dinámico y complejo.

2. ALCANCE

Este manual es de cobertura interna y externa. Desde el punto de vista interno están los empleados, funcionarios, empleados públicos, familiares de funcionarios y contratistas. Y en lo externo incluye: Medios de comunicación, comunidad usuaria, entes gubernamentales, vocales de control, alcaldes, gobernador, presidentes de junta de acción comunal, líderes de barrio, sector empresarial, etc.

3. AUTORIDAD Y RESPONSABILIDAD

		EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.		
CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 4 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

La Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones es la autoridad y responsable para establecer, aprobar y aplicar modificaciones en el contenido del presente procedimiento, así como de verificar su aplicación.

4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

NTC ISO 9001:2015

Política editorial y de actualización página web EMPAS S.A. degi-01

Matriz de información primaria fode-01

Matriz medios de comunicación fode-03

Plan de acción de comunicaciones 2017 fode-15

Formato construcción matriz DOFA comunicaciones fode-17

Instructivo de manuales redes sociales

Instructivo programa tv

Manual de imagen corporativa

Formato solicitud de apoyo de comunicaciones

Decreto 1499 de 2017-MIPG

5. TERMINOLOGÍA

Identidad Corporativa: es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización

Intranet: Una intranet es una red informática que utiliza la tecnología del protocolo de Internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación dentro de una organización

Medio de comunicación: Sistema técnico que sirve para informar a los miembros de una comunidad determinada

Página Web: es un documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador web

Plan de acción: es un instrumento de programación anual de las metas de la entidad, que permite a cada área de trabajo, orientar su quehacer acorde con los compromisos establecidos, articulando sus procesos con los lineamientos estratégicos.

Plan de medios: es la estrategia que tiene como objetivo determinar la mejor combinación de medios para lograr los objetivos de una campaña de marketing.

Publicidad: es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo,

		EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.		
CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 5 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Redes Sociales: es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen.

Vocero: es el responsable dentro de una organización para dirigirse a los medios de comunicación. Puede ser el presidente, el consejero delegado, el director de relaciones públicas u otro alto directivo designado por la organización para tal fin; el puesto puede recaer también en alguien diferente especialmente designad

6. POLÍTICAS GENERALES

6.1. PÚBLICOS DE INTERÉS

La Empresa Pública de Alcantarillado de Santander, S.A. ESP mantendrá informados a sus públicos de interés sobre proyectos, obras, tarifas del servicio, reuniones con la comunidad, gerencia, reparaciones y/o reposiciones de la red de alcantarillado, y demás temas de interés común mediante mensajes de comunicación efectivos.

Son considerados públicos de interés:

- Internos: funcionarios, contratistas,
- Intermedios: Proveedores, familia de funcionarios
- Externos: Medios de comunicación, comunidad usuaria, entes gubernamentales, vocales de control, alcaldes, gobernador, presidentes de junta de acción comunal, líderes de barrio, sector empresarial, etc.

6.2. VOCEROS

El principal vocero de la empresa será el/la Gerente General o en su defecto el/la delegado/a que éste designe. En segunda instancia estarán los subgerentes, jefes de oficina, la secretaria general y los asesores grado 1. En tercer lugar los asesores de gerencia.

En esta escala, será cualquiera de los cargos antes mencionados quienes designen, a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones, a otro funcionario para ser vocero ante los medios de comunicación y la opinión pública.

6.3. IDENTIDAD CORPORATIVA

La Oficina Asesora de Comunicaciones será la única oficina encargada de velar por la imagen institucional de la empresa. Trabaja por el buen uso de la identidad corporativa en



EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.

CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 6 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

todas las piezas promocionales que se requieran: publicidad interior y exterior, suvenires, carteleras, distintivos especiales, uniformes o dotación de trabajo, entre otras piezas.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de guiar las visitas de personal externo, coordinar y acompañar las mismas, así como realizar el protocolo de los eventos institucionales en acompañamiento con el área encargada del mismo.

En materia gráfica, la Oficina Asesora de Comunicaciones es la única encargada de trabajar el logo y los mensajes institucionales en cualquier pieza publicitaria (impresa, digital, televisión, radio)

6.4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Oficina Asesora de Comunicaciones será la encargada de mantener relación permanente con los medios de comunicación, local, regional y nacional. Será la intermediaria entre los voceros oficiales de la empresa y los periodistas.

Es política administrativa y gerencial mantener las mejores relaciones con los medios de comunicación a largo plazo, las cuales nos permitan mostrar el accionar general de la misma.

Es responsabilidad de la Oficina Asesora de Comunicaciones elaborar un plan de medios efectivo y que cumpla las expectativas de difusión que se plantea la empresa en su Plan Estratégico.

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la única facultada para emitir comunicados de prensa oficiales a medios de comunicación y periodistas.

La creación de medios de comunicación internos o externos deberá tener la autorización de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

A continuación, se relacionan los medios de comunicación internos y externos con los que cuenta la Empresa Pública de Alcantarillado de Santander, EMPAS S.A. ESP:

Nombre Medio	Descripción del medio	Tipo	Público	Frecuencia	Responsable



EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.

CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 7 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

Canal de Youtube	Perfil oficial en la red social Youtube que sirve para promocionar nuestros videos institucionales y demás piezas audiovisuales.	TV - Digital	Externo	Quincenal	Oficina Asesora Comunicaciones
Facebook	Página oficial de la Empresa en la que promocionamos nuestro accionar, tratando de llegar al mayor número de usuarios posible.	Digital	Externo	Diario	Oficina Asesora Comunicaciones
Twitter	Página oficial de la empresa en la que promocionamos nuestro accionar, tratando de llegar al mayor número de usuarios posible.	Digital	Externo	Diario	Oficina Asesora Comunicaciones
Instagram	Página oficial de la empresa en la que promocionamos nuestro accionar, tratando de llegar al mayor número de usuarios posible.	Digital	Externo	Diario	Oficina Asesora Comunicaciones
Boletín de prensa	Boletín y/o Comunicación oficial institucional sobre el accionar de la empresa, enviado a medios de comunicación local, regional y nacional.	Digital - Audio - Video	Externo	Quincenal	Oficina Asesora Comunicaciones
Intranet	Medio de comunicación interno para informar sobre las noticias más destacadas de la empresa. Así como destacar los cumpleaños, las capacitaciones, reconocimientos, etc.	Digital	Interno	Semanal	Oficina Asesora Comunicaciones - Sistemas
Comunicamos EMPAS	Boletín informativo digital interno sobre las noticias más destacadas de la empresa.	Digital	Interno	Quincenal	Oficina Asesora Comunicaciones
Carteleras Informativas	Medio físico ubicado en sitios estratégicos de la empresa para ubicar información destacada de las diferentes áreas de la empresa. También se utiliza para publicar convocatorias, avisos a los funcionarios y demás actividades internas de la empresa.	Impreso	Interno	Mensual	Oficina Asesora Comunicaciones - Gestión Humana



EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.

CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 8 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

Página Web	Medio oficial de comunicación digital de la empresa de alcantarillado, en donde se publica información sobre todas las áreas de la empresa, la cual es de dominio público.	Digital	Interno	Semanal	Oficina Asesora Comunicaciones - Sistemas
Correo electrónico	Medio digital interno que utiliza el Outlook como herramienta para informar sobre diferentes hechos de la empresa. Cada empleado tiene un correo electrónico y en cuanto a las comunicaciones internas, todas se manejan a través de la cuenta comunicaciones@empas.gov.co	Digital	Interno	Semanal	Oficina Asesora Comunicaciones

7. PROCEDIMIENTOS

La Oficina Asesora de Comunicaciones hace parte del Sistema Integrado de Gestión y Control, dentro del proceso administrativo Dirección Estratégico. El manual de Política de Comunicaciones pretende incluir en este sistema, la estandarización de procesos y procedimientos al interior de la empresa con respecto al uso de la imagen institucional en todas sus variables.

A continuación, se enumeran y procedimientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones:

7.1 GESTIÓN DE DISEÑO DE PIEZAS PUBLICITARIAS INTERNAS O EXTERNAS

Es un servicio que se presta en la Oficina Asesora de Comunicaciones para velar por el tratamiento de la imagen institucional y su uso en todas las piezas publicitarias. Deberá ir enmarcado en el Sistema de Gestión de Calidad.

La gestión del diseño de piezas publicitarias comprende la prestación del servicio para medios impresos: folletos, afiches, tarjetas, volantes, portadas, publicaciones, aplicación del logo en piezas promocionales, pendones, pasacalles, carnets, escarapelas, certificados, señalética, avisos de prensa, publicidad exterior, creación de conceptos para campañas externas e internas, asesoría de imagen para eventos, etc.

Este servicio de diseño de piezas publicitarias será atendido por orden de llegada del formato establecido para tal fin, el cual debe contener la información completa del requerimiento. Apenas se recibe la petición, el diseñador tendrá 24 horas para responder en cuanto tiempo entregará la solicitud.

		EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.		
CÓDIGO: MADE-02-05	FECHA: 16/05/2022	ELABORÓ: ÁREA DE COMUNICACIONES	REVISÓ: ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN CORPORATIVA Y CALIDAD	APROBÓ: REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
CONTROL: SI	PÁGINA: Pág. 9 de 10	MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES		

Condiciones del servicio:

1. El formato de solicitud de piezas publicitarias deberá ser entregado en la Oficina Asesora de Comunicaciones y deberá llevar el visto bueno del jefe del área que lo solicita.
2. Dependiendo del tipo de complejidad de la pieza solicitada se dará un plazo para elaboración de la misma, esto lo determinará el diseñador gráfico.
3. Para elaboración de campañas publicitarias, el área solicitante deberá entregar toda la información de la campaña: textos, imágenes, idea de lo que quiere plasmar, etc.
4. Como excepción, el tiempo mínimo que podrá tener una pieza será de 2 días hábiles. Esto corresponderá a un requerimiento urgente autorizado por Gerencia General.

7.2 GESTIÓN DE PUBLICACIÓN DE NOTICIAS EN INTRANET, PÁGINA WEB, REDES SOCIALES O UN MEDIO DE COMUNICACIÓN PROPIO

Es un servicio que se presta en la Oficina Asesora de Comunicaciones para destacar las noticias más relevantes de la empresa sobre el servicio de alcantarillado, reposiciones, eventos, obras, gestión, convenios, reuniones, tarifas, entre otros. Deberá ir enmarcado en el Sistema Integrado de Gestión y Control.

La gestión de publicación de noticias en Intranet, Página Web, Redes Sociales o un medio de comunicación propio deberán ser entregadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones en el Formato Solicitud de apoyo Comunicaciones, el cual deberá contener toda la información correspondiente a la publicación.

En el caso de las preguntas, quejas, reclamos y demás comentarios dejados en las redes sociales por los usuarios, EMPAS S.A. entregará una respuesta oficial general, indicando de manera clara cuáles son los canales oficiales de contacto con la Empresa y cómo es el procedimiento para interponer una PQR.

Si solo es un comentario sobre una nota específica, nuestro community manager dará respuesta inmediata, siempre acudiendo a obtener la respuesta de nuestros voceros oficiales.

8. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



EMPRESA PÚBLICA DE ALCANTARILLADO DE SANTANDER S.A. E.S.P.

CÓDIGO:
MADE-02-05

FECHA:
16/05/2022

ELABORÓ:
ÁREA DE
COMUNICACIONES

REVISÓ:
ASESORA DE GERENCIA PLANEACIÓN
CORPORATIVA Y CALIDAD

APROBÓ: REPRESENTANTE DE
LA DIRECCIÓN

CONTROL:
SI

PÁGINA:
Pág. 10 de 10

MANUAL DE POLÍTICA DE COMUNICACIONES

