

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

MANUAL DE COMUNICACIÓN

**EMPRESA DE ASEO DE BUCARAMANGA
EMAB S.A. E.S.P.**

NOVIEMBRE DE 2013

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
GENERALIDADES	6
1. OBJETIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN	7
2. GESTIÓN DE COMUNICACIÓN	7
3. CATEGORÍAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	8
3.1 Comunicación Interna:	8
3.2 Comunicación Externa:	8
3.3 Sistemas de Información.....	8
3.4 Plan de Medios de Comunicación	8
4. DIAGNÓSTICO	8
4.1 Población Objetivo y Tamaño de la Muestra	9
4.2 Análisis de información.....	10
4.2.1 Información Interna.....	10
4.2.2. Información Externa.....	10
4.2.3 Sistemas de Información	11
4.2.4. Medios de Comunicación.....	11
5. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA	11
5.1 Memorandos Internos.....	11
5.2 Carteleros o Paneles Institucionales	12
5.3 Folletos	12
5.4 Circular.....	13
5.5 Boletín Interno	14
5.6 Reuniones.....	14
5.7 Buzón de Sugerencias.....	14
5.8 Chat Interno	14
5.9 Correo Electrónico.....	15
5.10 Intranet.....	16
5.11 Redes Sociales	17
6. COMUNICACIÓN EXTERNA	17
6.1 Boletín de Prensa.....	17

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

6.2 Hoja Membrete o Carta Externa.....	17
.....	18
6.3 Revista Agenda Verde.....	18
6.4 Portal web www.emabesp.com.co	19
6.5 Boletines Electrónicos Informativos.....	19
6.6 Letreros.....	19
6.7 Implementación y Ejecución de Campañas Publicitarias	19
6.7.1 Protocolos para la Ejecución de Campañas Publicitarias Institucionales.....	20
6.8 Suvenires, Material Audiovisual, Multimedia y su Elaboración.....	21
6.8.1 Protocolos para la Adquisición de Suvenires y Elaboración del Material Audiovisual y Multimedia	22
6.9 Apoyo de Eventos	22
6.10 Protocolos – Maestros de Ceremonia	22
7. PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS.....	23
8. REALIZACIÓN DE MEDIOS INSTITUCIONALES CORPORATIVOS INTERNOS Y EXTERNOS	26
8.1 Página Web.....	26
8.2 Informe de Gestión	27
8.3 Informe de Sostenibilidad	28
Principios del Pacto Mundial.....	28
Derechos Humanos:.....	28
Estándares Laborales:.....	28
Medio Ambiente:	29
Anticorrupción:	29
8.3.1 Política sobre la utilización del Logo de Pacto Global.....	29
9. SISTEMAS DE INFORMACIÓN.....	29
9.1 E-mail:.....	29
9.2 Intranet:.....	29
9.3 Outlook:.....	30
10. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN	30
10.1 Política General de Comunicación	30
10.1.1 Primera Política de Dirección: Carácter de la Comunicación.....	30
10.1.2 Segunda Política de Dirección: Interrelación Comunicativa con los Usuarios o Clientes Externos	31
10.1.3 Tercera Política de Dirección: Hacia una sistematización de la Información.....	32
10.2 POLÍTICA ESPECÍFICA DE COMUNICACIÓN	33

ELABORÓ: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

10.2.1 Divulgación de información	33
11. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	34
11.1 Cuñas radiales, comerciales o prensa escrita sobre la imagen positiva de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.....	35
11.2 Impresos y Publicaciones	35
11.3 Comunicación Telefónica.....	35
12. MANEJO DE IMAGEN CORPORATIVA	36
13. PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA	37
14. RESPONSABLE DE APOYAR LA EJECUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DEL MANUAL DE COMUNICACIONES.....	37

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se instituye la política de comunicaciones de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, que se entiende como la estrategia para conducir las acciones comunicativas y la construcción de herramientas para conseguir un sistema de comunicación interactivo entre la Empresa, usuarios y sociedad, en el que se logre formar e informar; así las cosas se propende por fortalecer la comunicación organizacional y garantizar la socialización, circulación y veracidad de la información que debe llegar a los empleados y grupos de interés para que enriquezca y desarrolle la rendición de cuentas a la sociedad.

Las políticas plasmadas en el presente Manual ayudarán a difundir acciones y crear mecanismo para que tanto el empleado como el usuario no sean solo receptores sino retro alimentadores para la toma de decisiones en la Empresa.

De esta forma el establecimiento de políticas, estrategias y lineamientos para las Comunicaciones en la Empresa se convierten en una herramienta para el logro de los objetivos organizacionales y permite garantizar la divulgación, difusión y promoción de la información pertinente a la gestión institucional y promover el buen uso de la identidad corporativa, la conducción de relaciones públicas estratégicas y en general los procesos de comunicación eficientes.

En este sentido se dota a la Empresa de un modelo general de pautas, procedimientos y políticas que institucionalizan las comunicaciones, la imagen corporativa, la atención del público interno y externo y la Gerencia del servicio.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

GENERALIDADES

Uno de los puntos más importantes en el ambiente laboral es el desarrollo de la comunicación. Es la clave de la motivación, es lo que permite que el empleado sienta que puede expresarse y que sus ideas serán escuchadas, valoradas, seguramente se sienta a gusto en su lugar de trabajo; generando una mayor fidelidad de los empleados hacia la Empresa y un mayor compromiso. Esto se convierte en una estrategia favorable para el área de Recursos Humanos.

Gran cantidad de experiencias comprobadas en diferentes empresas demuestran que teniendo canales de comunicación efectivos, habrá menos posibilidades de que se produzcan malos entendidos o sentimientos por parte de los empleados que forman el equipo de la empresa. Debido a que las corporaciones son cada vez más complejas es preciso crear canales de comunicación para que la información se mueva hacia arriba, hacia abajo y lateralmente dentro de la estructura organizativa de la entidad.

Como resultado de la necesidad de incorporar medios o canales de comunicación efectivos, **la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, ha desarrollado el presente Plan Estratégico de Comunicación, el cual orientará las diferentes acciones comunicativas e informativas que se ejecuten hacia el interior y exterior de la Empresa.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

1. OBJETIVO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

El presente Plan de Comunicación, tiene como objetivo institucionalizar la comunicación en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, como un proceso estratégico transversal a su estructura organizacional, a sus prácticas informativas y a la manera como se da cumplimiento al principio constitucional de publicidad y de Rendición de Cuentas a la sociedad.

Estandarizar las acciones de comunicación interna y externa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, para unificar la proyección de la imagen corporativa.

2. GESTIÓN DE COMUNICACIÓN

Gerenciar la comunicación implica definir un conjunto de Acciones y Procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la función administrativa de la Empresa.

A través de la Gestión en la Comunicación Interna se facilita el despliegue de todo el aparato comunicacional destinado al empleado con el objeto de:

- Promover la comunicación entre los Empleados.
- Facilitar la integración entre las acciones personales y las institucionales.
- Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- Instituir la comunicación como una herramienta para el logro de los objetivos organizacionales.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Hay que tener en cuenta que la Comunicación Interna de toda organización está inmersa en la Cultura Organizacional. Es decir, por el conjunto de valores, referencias, hábitos, preferencias, ritos, signos etc. Que fundamentan la concepción que la Empresa tiene de sí misma. Esta cultura se debe tomar como punto de partida y marco para la implementación de una gestión ya que condiciona la comunicación.

3. CATEGORÍAS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

En la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se definen las siguientes categorías que debe contener el Plan Estratégico de Comunicación:

3.1 Comunicación Interna: Campo de actuación de la comunicación que busca crear y mantener canales y medios de comunicación interna que contribuyan a la creación de espacios de formación, información, participación y opinión entre empleados, Oficinas y contratistas.

3.2 Comunicación Externa: Campo de la actuación de la comunicación que busca crear y mantener canales y medios de comunicación con los usuarios, clientes, ciudadanía en general, organismos de control, y los entes estatales de interés.

3.3 Sistemas de Información: Campo de actuación de la comunicación que busca implementar sistemas con tecnología de punta para el manejo de información.

3.4 Plan de Medios de Comunicación: Campo de actuación de la comunicación que busca garantizar que las entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato respecto a planes, programas y proyectos de interés general.

4. DIAGNÓSTICO

El diagnóstico es el punto de partida técnico para la formulación del Plan estratégico de comunicación. Su finalidad consiste en ofrecer información de entrada sobre la situación de la comunicación en la Empresa, referida a los tres grandes campos (comunicación interna, sistemas de comunicación y plan de medios). La

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

información contenida en el diagnóstico, queda constituida, además, en línea de base para la evaluación posterior de los impactos del Plan.

Los instrumentos de diagnóstico utilizados evalúan los tres campos comunicativos en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, a partir de la percepción que los empleados de la Empresa tienen sobre los ejes temáticos que los conforman. Esta evaluación tiene un carácter perceptual, es decir que se basa en las percepciones que desde su subjetividad tienen los empleados vinculados a la Empresa, sobre los distintos aspectos indagados en el momento en que se aplican los instrumentos.

Como en la Empresa se aplicó la encuesta referencial MECI que contenía información necesaria para realizar un diagnóstico de los factores que afectan la comunicación primaria, secundaria, informática y medios de comunicación; se tomó como base y se realizó un análisis de los resultados obtenidos para estas áreas tomando como base los siguientes puntos.

4.1 Población Objetivo y Tamaño de la Muestra

POBLACIÓN

La población son los Empleados de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, que están caracterizados en diferentes niveles; Directivos, Asesor, Profesional, Técnico, Administrativo y Operativo.

MUESTRA

La muestra fue un grupo de Empleados de planta, pues se quiso conocer la opinión de los empleados que interactúan en los procesos administrativos, planes y proyectos de la entidad. Se utilizó como instrumento la tabla de números aleatorios del Modelo estándar de control interno, el muestreo aplica los criterios estadísticos más generalizados en el ámbito de la investigación: nivel de confianza 95% y margen de error 5%.

TIPO DE RESPUESTAS

VALOR	DESCRIPCIÓN
1	No se Cumple
2	Se Cumple Insatisfactoriamente

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

3	Se Cumple Aceptablemente
4	Se Cumple en Alto Grado
5	Se Cumple Plenamente

RANGO DE RESULTADOS

RANGO	DESCRIPCIÓN
1,0 – 1,9	INSUFICIENTE CRITICO
2,0 – 2,9	INSUFICIENTE
3,0 – 3,9	ADECUADO
4,0 – 5,0	SATISFACTORIO

4.2 Análisis de información

El análisis se realizó con los siguientes resultados arrojados por la captura de información para los factores objetivos en las encuestas:

4.2.1 Información Interna

La tabulación arrojó un resultado de 3.20 (Adecuado) lo que indica que la Empresa no presenta deficiencia en la divulgación de la información que generan las Oficinas. Es importante revisar e implementar medios para que todas las áreas y empleados interesados conozcan la información que la Empresa genera en la planificación y desarrollo de sus actividades.

4.2.2. Información Externa

La tabulación arrojó un resultado de 2,70 (Insuficiente) lo que indica que las fuentes externas de información y los medios para identificarla y clasificarla no ofrece ventajas para fortalecer la gestión de información, falta delegar responsables para la identificación, registro, distribución y archivo de la información externa e implementar mecanismos para la socialización interna de fuentes de información del medio.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

4.2.3 Sistemas de Información

La tabulación arrojó un resultado de 3.00 (Adecuado) lo que indica que en la Empresa existen políticas o procedimientos para el manejo, divulgación y protección de los sistemas informáticos.

4.2.4. Medios de Comunicación

La tabulación arrojó un resultado de 2.80 (Insuficiente) lo que indica la inexistencia de un plan de medios que implique la adopción de factores que abarquen el conocimiento e interacción con medios externos para dar a conocer a las partes interesadas los planes, programas, proyectos e información requerida todo esto soportado en un presupuesto de medios de comunicación.

5. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, para que sea más efectiva la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc.

5.1 Memorandos Internos

Comunicación escrita de carácter interno tramitada entre las diferentes Oficinas de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, que se utiliza para transmitir información importante tales como convocatorias a reuniones, resultados, cambios en la organización, orientaciones y pautas. Su ventaja radica en la rapidez de su llegada y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja no realizarlas en forma múltiple con un destinatario común sino personalizado.

Para la elaboración de los memorandos internos, la entidad cuenta con el procedimiento GD PR01 Política Documental en el cual se establecen las pautas para la elaboración de los documentos en la entidad al igual que el procedimiento MC PR 01, en el cual se controlan los documentos pertenecientes al sistema de Gestión de la Calidad de la Empresa.

ELABORÓ: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

5.2 Carteleras o Paneles Institucionales

Este medio de comunicación se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal. Para la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, estas deben contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Su contenido debe ser ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha, lo mismo que el responsable que difunde la información.

Para su utilización en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se han definido las siguientes normas de uso:

- La información debe ser revisada y aprobada previamente por el Gerente o por el delegado del Manual de Comunicaciones
- Los paneles serán renovados por el responsable periódicamente dependiendo de la importancia de la información.
- Los responsables de la renovación de las carteleras serán los líderes de cada Oficina.
- En los paneles se publica información de interés institucional para los Empleados y los usuarios.
- Toda correspondencia externa recibida de información o publicidad a colaboradores y usuarios debe ser enviada al responsable del proceso.

5.3 Folletos

Cuando existan programas, planes o proyectos de interés general o que coadyuven al mejoramiento Institucional se deben diseñar folletos de fácil lectura y asimilación y divulgarlos en las todos los niveles de la Empresa, así mismo crear mecanismos de retroalimentación que hagan efectivo su conocimiento.

En la forma de elaboración de los folletos tendrán en cuenta el logo de la Empresa y el logo de Pacto Global.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

5.4 Circular

Es una comunicación escrita de carácter interno, que se utiliza para informar a los Empleados decisiones, políticas y lineamientos que la Gerencia quiere dar a conocer por este medio. Es de uso exclusivo de la Gerencia General de la Empresa y debe estar controlado dentro del Sistema de Gestión de la Calidad de la entidad.

Tiene carácter comunicativo más amplio, pues va dirigido a varios lectores con un mismo encabezamiento.

Contiene la siguiente información:

Consecutivo de la Circular: Número por año

1. Fecha
2. Contenido
3. Firma del Gerente
4. Nombre del área que proyecta la circular

Presentación:

La circular tiene un único formato

- Tamaño Carta
- Tipo de papel: Bond de 75 gramos
- Márgenes tamaño media carta:
- Superior: 2 cm
- Inferior: 2 cm
- Lateral izquierdo: 3 cm
- Lateral Derecho: 2 cm
- Interlineado: Sencillo
- Alineación: Justificada
- Fuente institucional: Arial Narrow
- Tamaño fuente: 11 puntos

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

5.5 Boletín Interno

Es un medio informativo que comprende las diversas actividades dirigidas a los públicos internos de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, su diseño y presentación debe ser avalado previamente por la Gerencia o el funcionario designada, y debe cumplir con lo establecido en el procedimiento GD PR01 Política Documental.

5.6 Reuniones

Las reuniones para la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, son un espacio de comunicación para: Informar, capacitar, analizar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los empleados con la debida antelación (mínimo dos días). Uno de los medios para convocar las reuniones será el correo oficial.

5.7 Buzón de Sugerencias

Permite que todos los Empleados de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, así como los usuarios, se expresen con libertad y puedan dar a conocer a los niveles directivos de la Empresa sus planteamientos, quejas reclamos y sugerencias. En la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se implementa mediante resolución el procedimiento que define las actividades para la administración de información mediante el modelo de Buzón de Sugerencias.

Mediante acto administrativo se institucionaliza el buzón de sugerencias.

5.8 Chat Interno

Es un sistema de comunicación interno establecido por la Oficina de Sistemas, bajo la aprobación del Gerente o delegado del Manual de Comunicaciones de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, mediante el cual dos o más Empleados pueden comunicarse a través de internet, en forma simultánea, es decir en tiempo real, por medio de texto, audio y video, el cual puede facilitar los sistemas internos de comunicación de la Empresa.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Este medio tendrá como objetivo agilizar los sistemas de comunicación al interior de la Empresa.

5.9 Correo Electrónico

Esta herramienta es de uso exclusivo de información de la Empresa y se aplica conforme a las políticas establecidas por la Oficina de Sistemas; se recuerda que se debe utilizar con el propósito de ahorrar papel y contribuir con el impacto ambiental y no se utiliza con fines personales, ni para el envío de mensajes o cadenas de correo.

Estas herramientas se institucionalizan como un medio de comunicación oficial en la Empresa, de conformidad con las políticas generales establecidas por gobierno electrónico.

Y corresponde con dar aplicación a la política nacional de “eficiencia administrativa y cero papel” que consiste en la sustitución de los flujos documentales en papel por soportes y medios electrónicos, sustentada en la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones, según disposiciones generales de la Directiva Presidencial Número 004 de abril 03 de 2012.

En consecuencia todos los Empleados deben surtir el trámite respectivo legal, proyectando respuestas, oportunas y completas en los términos de ley, cuando reciban un correo electrónico, igualmente deben proteger y preservar toda la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ya que la misma se constituye como la memoria institucional de la Empresa.

Mediante acto administrativo se reglamentará la política de “eficiencia administrativa y cero papel” al interior de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**

RELACIÓN DE CORREOS INSTITUCIONALES DE LA EMPRESA

CORREOS INSTITUCIONALES		
No.	DEPENDENCIA	CORREO
1	Gerencia	gerencia@emabesp.com.co

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

2	Emab	empresadeaseo@emabesp.com.co
3	Subgerencia Administrativa y Financiera	subadministrativa@emabesp.com.co
4	Subgerencia Técnica Operativa	suboperativa@emabesp.com.co
5	Subgerencia Comercial	subcomercial@emabesp.com.co
6	Sistemas De Gestión	calidad@emabesp.com.co
7	Dirección de Planeación	planeacion@emabesp.com.co
8	Dirección Jurídica	juridica@emabesp.com.co
9	Dirección Jurídica	notificacionesjudiciales@embesp.com.co
10	Secretario de jurídica	secretariojuridico@emabesp.com.co
11	Disposición Final	disposicionfinal@emabesp.com.co
12	Control Interno	controlinterno@emabesp.com.co
13	Sistemas	sistemas@emabesp.com.co
14	Soporte Sistemas	soportesistemas@emab.com.co
15	Gestión Documental	gestiondocumental@emabesp.com.co
16	Contabilidad	contabilidad@emabesp.com.co
17	Compras	compras@emabesp.com.co
18	Almacén	almacen@emabesp.com.co
19	Mantenimiento	mantenimiento@emabesp.com.co
20	Nomina	nomina@emabesp.com.co
21	Tesorería	tesoreria@emabesp.com.co
22	Barrido	barrido@emabesp.com.co
23	Atención al Cliente	atencionalcliente@emabesp.com.co
24	Facturación	facturacion@emabesp.com.co
25	Presupuesto	presupuesto@emabesp.com.co
26	Secretaria Operativa	secretariaoperativa@emabesp.com.co
27	Soporte Arcosis	soportearcosis@emabesp.com.co

5.10 Intranet

El servicio de la red interna o Portal de Intranet, es otro medio de comunicación interno de la Empresa y su manejo es de responsabilidad de los Jefes de Oficina y la administración del home o página principal es responsabilidad de la Oficina de Sistemas o del funcionario delegado de las comunicaciones quien se encargará de actualizar dicha información.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

5.11 Redes Sociales

Teniendo en cuenta que las redes sociales son un medio dinámico de intercambio de información entre personas, grupos e instituciones, la Empresa podrá adoptar las redes sociales que considere necesarias y que se consideren idóneas como medio de comunicación interno de la Empresa, actuaciones que se harán bajo la verificación de la Oficina de Sistemas y del funcionario delegado del Manual de Comunicaciones.

6. COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación con los usuarios y entes externos de interés se fortalecerá con el desarrollo y puesta en marcha de canales o medios de información cuyos objetivos primordiales deben ser: Escuchar, poner en conocimiento de la comunidad, e intercambiar información de interés general sobre la gestión de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, este medio de comunicación se desarrollará dentro de las políticas de comunicación diseñadas para la Empresa.

6.1 Boletín de Prensa

Es un documento de carácter informativo que se construye con base en las diversas actividades, eventos que realice la Empresa, contiene información institucional que se quiere dar a conocer a la comunidad en general.

6.2 Hoja Membrete o Carta Externa

Es una comunicación escrita de carácter externo que se utiliza para pedir y confirmar información, recordar, registrar, entregar y explicar a instituciones externas alguna situación que tenga que ver con la Empresa.

Las Normas a seguir para elaborar una Carta Externa están enmarcadas dentro del procedimiento GD PR01 Política Documental.

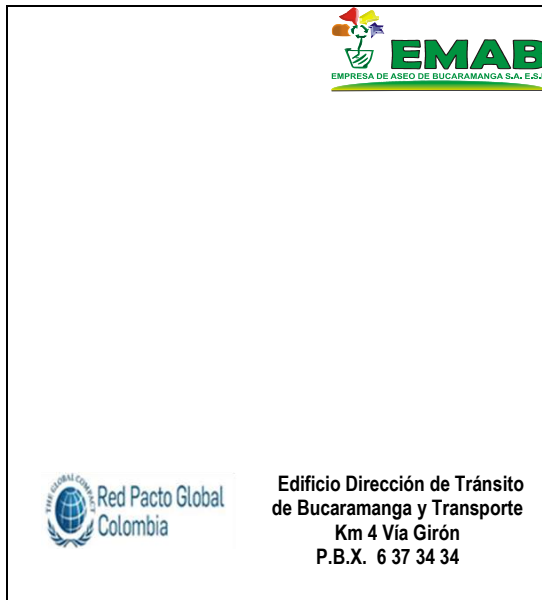
La hoja membrete o carta externa, llevará el Logo de la Empresa en la parte superior derecha como encabezado de página y de Pacto Global en la parte inferior izquierda como pie de página y será firmada por

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

el Gerente; las únicas Oficinas que podrán firmar oficios externos serán las Subgerencias, solo en el caso, en que la información solicitada venga dirigida a ellos.

FORMATO: Hoja Membrete establecida por la Gerencia.



6.3 Revista Agenda Verde

Es el medio de comunicación impreso que le permite a la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, entregar a sus usuarios información general de los servicios que se ofrecen. Contiene artículos que abordan temas de actualidad, informes realizados por los directivos y profesionales de sus respectivas áreas, en un lenguaje sencillo y breve para proporcionar mejor comprensión al lector.

Para la redacción de esta revista se contará con el apoyo del Comité de Gerencia.

6.3.1 Funciones del Comité de Gerencia para la redacción de la Revista

- Formular y revisar periódicamente los criterios editoriales para garantizar la calidad de la revista.
- Planear anualmente los números de la revista.

ELABORÓ: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- Seleccionar los artículos que se publican en cada número.
- Revisar y valorar en primera instancia los artículos recibidos y determinar su pertinencia para la revista.
- Aprobar la Publicación de números extraordinarios de la Revista.
- Velar porque la revista se publique según la periodicidad acordada.

6.4 Portal web www.emabesp.com.co

La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, cuenta con una herramienta web cuyo principal objetivo es mantener información actualizada de los diversos servicios y de la actualidad de la Empresa, así como de las políticas institucionales en ejecución.

La actualización de la información se realizará semanalmente según corresponda por la Oficina de Sistemas, bajo la supervisión del funcionario delegado de administrar las comunicaciones de la Empresa.

6.5 Boletines Electrónicos Informativos

Corresponde a publicidad e información para los diferentes públicos de interés que se envía por medio del portal oficial de la Empresa.

6.6 Letreros

Es un medio de difusión de información institucional de la Empresa que permite llegar a gran cantidad de público.

En la elaboración de dichos letreros se incluirá, el Logo de la Empresa y de Pacto Global y el funcionario delegado del Manual de Comunicaciones verificará el cumplimiento de los requisitos técnicos establecidos en dicho Manual.

6.7 Implementación y Ejecución de Campañas Publicitarias

La Empresa institucionaliza las siguientes campañas publicitarias.

- **Pare y separe de reciclaje (separación en la fuente).**

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Esta campaña consiste en promover y fortalecer la cultura del reciclaje, sensibilización a la ciudadanía en el proceso de reciclaje en la fuente y en instituir una cultura que permita reducir los residuos sólidos que llegan al relleno sanitario y realizar su posterior recuperación.

➤ **Renacer de un parque, (brigadas de aseo).**

Esta campaña consiste en mejorar y embellecer un parque, apoyando dicha estrategia con podas y brigadas de aseo entre otras actividades, de tal forma que se recupere el entorno ambiental y el embellecimiento de espacios públicos para mejorar el entorno socio ambiental de las comunidades.

➤ **Divulgación de horarios y frecuencias masivas.**

Esta campaña consiste en informar y divulgar a los usuarios y comunidad en general (barrios y conjuntos residenciales) los horarios y rutas de la Empresa, de tal forma que los usuarios y la comunidad las conozcan con anticipación, de igual manera se reciben peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS), con el fin de mejorar nuestro servicio.

➤ **Instituciones educativas.**

Esta campaña consiste en realizar brigadas en las instituciones educativas con la finalidad de fortalecer y sensibilizar la cultura del reciclaje.

➤ **Avanzadas comerciales sociales.**

Esta campaña consiste en ejecutar estrategias para la recuperación de cartera, sensibilización, hábitos de pago y actualización de base de datos entre otras actividades.

Las mismas se ejecutarán conforme a las estrategias, periodicidades y planes de acción de la Subgerencia Comercial, teniendo en cuenta que esta Oficina es la responsable de ejecutarlas.

De igual manera se podrán instituir comerciales que permita promocionar los trámites, servicios y los canales de interacción dispuestos entre la Empresa y el ciudadano, los mismos se podrán difundir a través del sitio Web.

6.7.1 Protocolos para la Ejecución de Campañas Publicitarias Institucionales

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- La Subgerente Comercial informa por medio electrónico o a través de requisición escrita al funcionario delegado de las comunicaciones, la ejecución de dicha campaña.
- El funcionario delegado de las comunicaciones (revisará que esta cumpla) con el boceto del plan de medios, medios en donde se publica y las piezas que acompañan la campaña.
- El funcionario delegado de las comunicaciones verifica el cumplimiento de las políticas de comunicaciones, según propuesta presentada por la Subgerencia Comercial y el boceto de plan de medios para su previa aprobación.
- Una vez se apruebe, la Subgerente Comercial responsable de la campaña procede a solicitar las cotizaciones conforme al manual o procedimiento de compras y las presente al Gerente para su aprobación final
- Cuando se apruebe el presupuesto y se elija el proveedor, el responsable de la campaña solicitará al proveedor para el diseño en el caso de impresión de piezas y en el caso audiovisual se entrega el copy o mención comercial para realización de spot publicitario o cuña radial.
- En todos los casos las solicitudes se deben realizar con 8 días hábiles para generar el boceto del plan de medios, para diseño de piezas una semana adicional y para producción otra semana adicional, es decir en total es un proceso que requiere de 20 días de previa solicitud.
- En todos los casos el funcionario delegado de las comunicaciones verifica el cumplimiento del boceto por parte del proveedor según las características establecidas.

6.8 Suvenires, Material Audiovisual, Multimedia y su Elaboración

Entre los suvenires que hacen parte y dan apoyo a las campañas publicitarias se establecen los siguientes: Bloc de notas, bolígrafos, agendas, pancartas, pasacalles, rompe tráfico, imán para las neveras, bolsas ecológicas, kits de aseo y kits escolares entre otros.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Dentro del material audiovisual y multimedia se tendrán en cuenta todos los medios disponibles de tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

6.8.1 Protocolos para la Adquisición de Suvenires y Elaboración del Material Audiovisual y Multimedia

- La Subgerente Comercial solicita al funcionario delegado de las comunicaciones la verificación del material a elaborar, el material puede ser escrito, sonoro o audiovisual y debe especificar la cantidad y características de la pieza, y determina si cumple con los requisitos de divulgación del evento, en caso que no cumplir ordenará los ajustes respectivos.
- El funcionario delegado de las comunicaciones podrá verificar la elaboración y entrega del material.
- En todos los casos las solicitudes se deben realizar con 15 días hábiles de anticipación. Para el diseño de piezas la unidad requiere 3 días y para producción una semana adicional, es decir en total es un proceso que requiere de 15 días hábiles, según corresponda.

6.9 Apoyo de Eventos

La Oficina o Subdirección solicita al funcionario delegado de las comunicaciones la verificación y cumplimiento de las políticas de comunicación en la preparación de la logística para los diferentes eventos:

Registros Filmicos y Fotográficos

- Para solicitar dicho servicio la Oficina o Subdirección solicita al funcionario delegado de las comunicaciones el acompañamiento por medio electrónico o a través de requisición escrita.
- Toda solicitud debe realizar por lo menos con un (1) día de anticipación, de lo contrario no se prestará el servicio.

6.10 Protocolos – Maestros de Ceremonia

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- Para solicitar el servicio de maestro de ceremonia la Oficina o Subdirección hace la solicitud al funcionario delegado de las comunicaciones por medio electrónico.
- Debe especificar cuáles son los puntos a tratar durante el evento, personalidades de la mesa principal, objeto del evento.
- El funcionario delegado de las comunicaciones define el perfil del maestro de ceremonia que amenizará el evento e informa a la Gerencia.
- Toda solicitud debe realizar por lo menos con dos (2) días de anticipación, de lo contrario no se prestará el servicio.

7. PREPARACIÓN DE DOCUMENTOS

- a. Las Oficinas deberán producir sus documentos en hoja tamaño carta, en letra Arial número 11, espaciado sencillo, con la respectiva codificación en la parte superior derecha sobre la línea de la fecha. Otros formatos (oficios y media carta) se emplea en aquellos documentos que así lo requieran.
- b. La documentación del Sistema de Gestión de Calidad SGC, instructivos, manuales y guías, serán desarrolladas en letra Arial Narrow 11.
- c. Las comunicaciones, de contenido concreto y preciso, tanto internas como externas deberán dirigirse al destinatario siguiendo el protocolo:

c.1 Externas

Señores

Ciudad, FECHA: día de mes de año

ENTIDAD U ORGANIZACIÓN EN MAYÚSCULA

Atte. Título NOMBRE EN MAYÚSCULA Y NEGRILLA

Cargo en mayúscula las iniciales

Dirección en minúscula con abreviaturas

Ciudad

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

ASUNTO: Indicar la referencia

c.2 Internas.

Ciudad, FECHA: día de mes de año

PARA: Título NOMBRE EN MAYÚSCULA Y NEGRILLA

Cargo en mayúscula las iniciales

DE: DEPENDENCIA QUE ENVÍA EL DOCUMENTO

ASUNTO: Indicar la referencia

Las comunicaciones serán codificadas de acuerdo a la siguiente manera:

OFICINA PRODUCTORA	CODIFICACIÓN	RESPONSABLE FIRMA
Gerencia	1000	Gerente
Planeación	1100	Dirección de Planeación
Jurídica	1200	Dirección jurídica
Control Interno	1300	Jefe control interno
Subgerencia Operativa	2000	Subgerente operativo
Mantenimiento	2100	Jefe de mantenimiento
Disposición Final	2200	Jefe de disposición final
Salud Ocupacional	2300	Auxiliar administrativo
Subgerencia Comercial	3000	Subgerente Comercial
Dirección de PQR	3100	Director de PQR
Facturación	3200	Profesional de Facturación
Subgerencia Administrativa y Financiera	4000	Subgerente administrativo y financiero
Almacén	4100	Jefe de almacén
Compras y Activos Fijos	4200	Profesional de compras y activos fijos
Contabilidad	4300	Profesional de contabilidad

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Nomina	4400	Auxiliar administrativo
Presupuesto	4500	Técnico de presupuesto
Sistemas	4600	Profesional de sistemas
Tesorería	4700	Profesional de tesorería

d. El logo de la Empresa será ubicado en la parte derecha superior de las comunicaciones como encabezado de página y solo se podrá usar el siguiente logo:



Tendra las siguientes medidas

Alto: 2:49

Ancho: 5:58

El logo de Pacto Global será ubicado en la parte inferior izquierda como pie de página de las comunicaciones y solo se podrá usar el siguiente logo:

Tendra las siguientes medidas

Alto: 2:49

Ancho: 5:58

e. La fecha será expresada siguiendo la norma ISO 8601:2004 en formato aa-mm-dd (año, mes, día), con excepción de las comunicaciones que llevarán la fecha en formato natural (dd de mm de aaaa).

f. El interlineado será espacio sencillo para las comunicaciones externas e internas

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

g. Todo documento debe contener de forma clara el autor, fecha y lugar de producción. El nombre del autor debe ir en **LETRA MAYÚSCULA NEGRILLA**, señalando su cargo sin negrilla en mayúscula.

h. Los documentos que sean relacionados con copia, estos deberán ser referenciados en la parte inferior de la comunicación de la siguiente manera:

Copia/Nombre(s) de la Oficina(s) o entidad(s) a quien se anexa la copia

Tipo de letra para la referenciarían de copias arial número 09.

i. En caso de anexar documentación a la comunicación, debe relacionarse como Anexo indicando el número de folios útiles tanto en letra como en número y el tipo medio que se envía (físico o digital).

j. En el evento de proyectar comunicaciones para la firma de otro empleado de la entidad, deberá indicarse, en letra Arial 8, la letra p seguida de barra inclinada y las iniciales de quien proyectó.

k. Quien suscribe el documento debe firmarlo con tinta negra.

l. Las comunicaciones son controladas y numeradas consecutivamente por la Oficina a cargo.

m. Todo documento producido en la Empresa hace parte de un expediente el cual debe estar claramente identificado e inserto dentro del mismo.

8. REALIZACIÓN DE MEDIOS INSTITUCIONALES CORPORATIVOS INTERNOS Y EXTERNOS

8.1 Página Web

➤ El funcionario delegado de las comunicaciones es el responsable de verificar permanentemente que la información expuesta en la página web de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se encuentre actualizada.

➤ El funcionario delegado de las comunicaciones debe solicitar con un día (1) de anticipación al funcionario responsable la actualización respectiva.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- El funcionario delegado de las comunicaciones determina el enfoque que se le debe dar a la información y cómo puede estructurarse dentro de la página web.

8.2 Informe de Gestión

Bajo la coordinación de la Dirección de Planeación se editará cuatrimestralmente un documento de gestión y resultados denominado “Informe de Gestión”, documento que va recopilar las acciones administrativas y operativas de la Empresa, el cual permitirá una amplia difusión de la gestión de la Empresa a los grupos de interés: Usuarios, organismos de control y comunidad en general.

Las Oficinas responsables que deben suministrar oportunamente la información respectiva son las siguientes:

- **La Subgerencia Administrativa y Financiera:** Información relacionada con recursos humanos y la información financiera y presupuestal de la Empresa.
- **La Subgerencia Comercial:** Información relacionada con la simbolización de usuarios, nuevos usuarios atención PQRS, eficiencia del recaudo y rotación de cartera.
- **La Sugerencia Técnica Operativa:** Información relacionada con el servicio de barrido, recolección y transporte, disposición final, gestión ambiental y mantenimiento.
- **Dirección de Planeación:** Información relacionada con la gestión de la Gerencia y el plan estratégico anticorrupción y de atención al ciudadano 2013, lo mismo que los avances obtenidos con las mejoras realizadas al Modelo Estándar de Control Interno MECI y al Sistema de Gestión de Calidad.
- **Dirección Jurídica:** Estado de los procesos relevantes para la Empresa.
- **Oficina de Control Interno:** Información relacionada con auditorias y planes de mejoramiento.

Esta información debe corresponder al periodo respectivo y debe estar debidamente soportada.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

En la edición de dicho informe, el funcionario delegado del Manual de Comunicaciones verificará el cumplimiento de los criterios editoriales establecidos en el presente Manual.

8.3 Informe de Sostenibilidad

Medio de difusión que hace parte de las políticas del Manual de Comunicaciones, este informe se sustentará en las políticas, protocolos e indicadores de desempeño y metodología GRI establecidos por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

De igual manera presentará una visión equilibrada y razonable de la actuación, operativa, económica, medioambiental y social de la empresa, en el cual deben participar todo el nivel directivo que integra la estructura administrativa de la Empresa.

Principios del Pacto Mundial

Los Diez Principios del Pacto Mundial están basados en Declaraciones y Convenciones Universales aplicadas en cuatro áreas: Derechos Humanos, Medio Ambiente, Estándares Laborales y Anticorrupción.

Derechos Humanos:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Estándares Laborales:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Medio Ambiente:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Anticorrupción:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

8.3.1 Política sobre la utilización del Logo de Pacto Global

El nombre y el logotipo del Pacto Global son propiedad de las Naciones Unidas Oficina del Pacto Global y están protegidos en todo el mundo en virtud del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, cuenta con la autorización legal para hacer uso de dicho logo, teniendo en cuenta que se halla adherida a Pacto Global y debe cumplimiento los principios establecidos.

En consecuencia se hará uso del logo de Pacto Global en las condiciones establecidas en el presente Manual.

9. SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Las relaciones hombre-espacio/ hombre-hombre, en el contexto de la Revolución Científico Tecnológico, cada vez se producen menos frente a frente. Un número creciente de redes se intercalan y organizan la interacción. A partir de ello resulta necesario suscitar nuevas relaciones de intercambio, no sólo de individuo a individuo, sino también de los individuos con la organización.

9.1 E-mail: sus ventajas son: rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario.

9.2 Intranet: es una red interna. Presenta la ventaja de ser un medio rápido e instantáneo. Sólo se necesita colocar los equipos de cómputo en red de las áreas que necesiten el intercambio continuo de información.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

9.3 Outlook: software de la herramienta office que permite el intercambio de documentos e información.

10. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Una política es una directriz de orientación acerca de cómo debe relacionarse la entidad en un campo específico de su gestión para el cumplimiento de los Objetivos que se ha propuesto, de manera que se garantice la necesaria coherencia entre sus prácticas y sus propósitos. En la medida en que las políticas de comunicación regulen la actividad comunicacional en todas las Oficinas y procesos desarrollados en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, serán fundamentales para el buen desenvolvimiento del Plan de comunicación, pues ellas determinan el conjunto de responsabilidades que les corresponde asumir a cada área o proceso, al tiempo que establecen normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias de la Empresa, en la medida en que regulan sus procesos.

10.1 Política General de Comunicación

El Proceso de Comunicaciones de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, propende por el fortalecimiento de la cultura de información permanente, con base en la producción de estrategias, herramientas, medios y canales que informen y orienten al cliente interno y externo de forma efectiva.

Con el fin de garantizar el logro de los propósitos misionales y la planeación estratégica de la Empresa, y de construir confianza en todos sus usuarios internos y externos, la comunicación en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, tendrá un carácter estratégico y estará orientada al fortalecimiento de los canales y medios de comunicación, para ello, las acciones comunicativas se efectuarán según los parámetros que se establezcan y los procesos comunicacionales y el plan de comunicación de la entidad.

10.1.1 Primera Política de Dirección: Carácter de la Comunicación

La comunicación organizacional estará orientada a la construcción de sentido de pertenencia, visión compartida, y al establecimiento de relaciones de diálogo, colaboración y entendimiento entre directivos y empleados, con el fin de posibilitar una sana interacción entre los mismos.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- **Lineamientos de política 1:** Las decisiones tomadas por la Gerencia encaminadas al mejoramiento Institucional o que afecten el normal desarrollo de las actividades serán comunicadas oportunamente a los empleados a través de medios como el memorando interno, la cartelera principal, reuniones, e-mail, entre otros para permitir su oportuna, adecuada difusión y retroalimentación.
- Todos los empleados deberán actuar con integridad en el cumplimiento de sus funciones, y estar abiertos a transmitir o solicitar oportunamente la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o de las demás áreas de la Empresa.
- Cuando la información interese sólo a un área específica, el jefe respectivo la difundirá oportunamente de manera personal o a través de memorando interno a los empleados a su cargo y/o interesados.
- En la perspectiva del mejoramiento continuo, los jefes promoverán la discusión de temas de interés general, que permita a los empleados hacer propuestas sobre el desarrollo de los procesos internos. Las reuniones se harán en el marco de los comités o las mesas de trabajo con una periodicidad trimestral o semestral según se considere conveniente.
- Los empleados podrán solicitar al Jefe de Talento Humano (Subgerente Administrativa y Financiera) mediante oficio remitido convenientemente sustentado la realización de reuniones para analizar irregularidades que afecten el desarrollo de la gestión interna o aún la gestión de la Empresa.

10.1.2 Segunda Política de Dirección: Interrelación Comunicativa con los Usuarios o Clientes Externos

La Comunicación con los usuarios, ciudadanía en general, los organismos de control, y los entes estatales de interés se hará desde la perspectiva de la administración pública como un servicio, el cual se hace visible a través del procedimiento de buzón de sugerencias, de la rendición de cuentas, los Informes fiscales, contables, y el Informe ejecutivo de control Interno y el informe de gestión y resultados.

- **Lineamientos de política 2: La Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P,** dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la Empresa.

- Las respuestas a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los ciudadanos se darán utilizando el procedimiento adoptado para los respectivos requerimientos.
- Los informes a los Organismos de Control y los entes estatales interesados serán específicos en la información requerida y presentados en forma oportuna.
- Para la presentación de informes, el Gerente debe delegar el responsable interno quien coordinará con las Oficinas el trámite de la información de interés, compilará dicho informe y lo presentará de manera oportuna. El responsable interno del informe debe solicitar por escrito o memorando, el trámite de formatos e información requerida a las dependencias al menos con cinco (5) días hábiles de antelación dependiendo de la complejidad del mismo y previendo un lapso no inferior a tres (3) días para su compilación y presentación.

10.1.3 Tercera Política de Dirección: Hacia una sistematización de la Información

En la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se promoverá la sistematización de la información para agilizar el desarrollo fluido de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo.

- **Lineamientos de política 3:** En concordancia con la política presidencial del Gobierno en Línea, la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, publicará y actualizará periódicamente su página Web.
- Las Oficinas suministrarán periódicamente al área de sistemas o al área encargada por requerimiento explícito, la información que consideren pertinente, de interés general o de obligatoria publicación para ponerla en conocimiento social a través de la web.
- La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, asegurará la interconexión por Oficinas a través de la Intranet para que estas puedan suministrar, solicitar o compartir información que se considere de interés para la Gestión Institucional.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

- Para garantizar la seguridad informática se deben realizar Backus o copias de seguridad diarias a los sistemas financieros (Contabilidad, Presupuesto y Tesorería) y demás que consideren sensibles o primordiales para la Gestión Institucional. El acceso a información será restringido a través de claves de usuario por cada dependencia. El servidor bloqueará el acceso a páginas o portales con contenidos no permitidos en horas laborales o que considere de alto riesgo para el contagio de virus informáticos.
- La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, garantizará a través de su plan anual de capacitación la actualización continua en sistemas e informática para los empleados de planta.

10.2 POLÍTICA ESPECÍFICA DE COMUNICACIÓN

10.2.1 Divulgación de información

- Se consideran voceros oficiales de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, los siguientes cargos:

Gerente General: Si la situación es de carácter institucional.

Subdirección Administrativa y Financiera: Si no se encuentra el Gerente.

Director de planeación: Si la situación tiene que ver con la función que representa y debe ser delegado por la Gerencia.

- Toda la información de interés general que vaya a ser divulgada externa o internamente debe ser validada por el funcionario delegado de las comunicaciones de la Empresa para dar continuidad al manejo de la imagen institucional.
- Los mensajes emitidos en los medios de comunicación de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, deben ser:

Veraces: La información debe ser real y debe ser replicada a las personas a las cuales les compete apoyar o gestionar el proceso.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Oportunos: Los mensajes deben emitirse dentro de los límites de tiempo establecidos para generar en impacto real en el público objeto.

Completo: No se debe omitir ninguna información dentro del mensaje.

Coherentes: La información debe ser coherente con el qué hacer la organización y sus objetivos de proyección corporativa.

De interés para el público al cual va dirigido: La información debe construirse con base en las necesidades del cliente o usuarios al cual se dirige.

➤ La información emitida por la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, debe ser estructurada con base en cada uno de sus públicos de la siguiente manera:

1. Empleados
2. Clientes
3. Proveedores
4. Empresarios
5. Acreedores
6. Entidades del Estado del orden Local, Regional y Nacional
7. Entes de Control Regional y Nacional

11. PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El plan de medios es la solución de la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste reciba el mensaje. Se lleva a cabo mediante la planificación de medios, procedimiento que aplica para solventar cómo difundir masivamente un mensaje de la manera más eficaz.

Los medios seleccionados por la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, para difundir programas, proyectos, resultados y gestión de las áreas misionales serán a través de la combinación efectiva de un medio principal y uno o varios secundarios.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

Igualmente el plan de medios busca invitar a los ciudadanos a utilizar los canales de interacción establecidos y orientados al ciudadano.

11.1 Cuñas radiales, comerciales o prensa escrita sobre la imagen positiva de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.

Con el fin de mostrar a la comunidad en general los proyectos, la gestión administrativa se contrata con cadenas, emisoras y prensa del ámbito regional cuñas y espacios periodísticos por lapsos específicos dependiendo de la importancia del evento o proyecto.

Recursos

Humanos: Profesional asignado para tal fin.

Financieros: De acuerdo a la disponibilidad del presupuesto.

Tiempo de ejecución: Durante la Vigencia.

Responsables: Profesional asignado para tal fin.

11.2 Impresos y Publicaciones

Con el fin de realizar promoción de eventos se contratara con empresas privadas el desarrollo de folletos informativos que son distribuidos en los usuarios objetivo y la comunidad en general. Estos folletos contienen información particular sobre los eventos, dependencia gestora, participantes y fecha de realización.

Recursos

Humanos: Contrato de Prestación de Servicios con Litografías, e Imprentas etc.

Financieros: De acuerdo a la disponibilidad del presupuesto.

Tiempo de ejecución: Durante la Vigencia.

Responsables: Profesional asignado para tal fin.

11.3 Comunicación Telefónica

Se mantendrán disponibles las líneas telefónicas, como medio de comunicación interno de la Empresa y para recibir información externa de los diferentes grupos de interés.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

12. MANEJO DE IMAGEN CORPORATIVA

- La imagen de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se proyecta de acuerdo a su estrategia corporativa y a lo estipulado dentro de las directrices establecidas por la Empresa, por tal razón todo lo referente a la imagen corporativa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, debe ser validado por la Gerencia. La entidad debe elaborar El Manual de Imagen de la Empresa.
- Las modificaciones en la Imagen Corporativa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, solamente las podrá realizar el funcionario delegado de las políticas de comunicaciones con la autorización de la Gerencia. Para realizar dichos cambios se debe dejar evidencia impresa del cambio y su justificación. Los cambios se deben anexar al Manual de Imagen la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**
- Se consideran elementos primordiales de la imagen visual de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, el logo símbolo de la Empresa, el eslogan con los colores institucionales respectivos y el logo de Pacto Global. Dichos elementos deben estar presentes en toda la papelería y los productos comunicativos que sean emitidos por la Empresa y para ello se darán a conocer a todos los miembros de ésta.
- La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, adopta como imagen corporativo el Logo de Pacto Global, el cual debe ir impreso en toda la documentación externa pertinente, lo mismo que será incorporado en la página web institucional de la Empresa.
- Manejo de imagen corporativa en los puestos de trabajo: Los puestos de trabajo (escritorios, paredes, mobiliario en general) deben contener únicamente información de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, no se permite la utilización de elementos decorativos personales incoherentes.
- No se permite la entrega de información elaborada a mano, toda información debe entregarse bien presentada en el formato diseñado para tal fin.
- Cualquier medio de comunicación debe ser solicitado y aprobado previamente por la Gerencia y el responsable del proceso.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013

	MANUAL DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: GG-MN01
	PROCEDIMIENTO	VERSIÓN: 01

13. PORTAFOLIO DE SERVICIOS DE LA EMPRESA

El portafolio de servicios instituido en la Empresa se establece como anexo adjunto del presente Manual.

14. RESPONSABLE DE APOYAR LA EJECUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DEL MANUAL DE COMUNICACIONES

El Manual de Comunicaciones estará a cargo del Gerente o a quien delegue, en consecuencia dicha Oficina será la encargada de verificar y aprobar la ejecución de las políticas del Manual de Comunicaciones y de mantener actualizada a la Gerencia sobre la implementación de las políticas y el desarrollo del plan estratégico de las comunicaciones.

En lo que respecta con la Implementación y Ejecución de las Campañas Publicitarias establecidas en el numeral 6.7, estas quedarán bajo la responsabilidad de la Subgerencia Comercial, ya que esta es la Oficina encargada de Implementarlas y Ejecutarlas, igualmente será la responsable de administrar el buzón de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS), de conformidad con la reglamentación establecida.

ELABORO: JOSE CUSTODIO	REVISÓ Y APROBÓ: COMITÉ DE CALIDAD
	FECHA: 13/12/2013